

**PENGARUH HARGA BARANG DAN MODAL TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi Islam

Oleh

**Andre Febriantoni  
1551010015**

Program Studi : Ekonomi Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1441 H/2019**

## ABSTRAK

Tingkat Pendapatan pedagang pada dasarnya diukur melalui harga jual dan modal yang dikeluarkan setiap pemilik usaha, setiap pedagang tentunya harus tepat dalam menetapkan harga barang dagangan mereka untuk dapat memikat konsumen, karena harga juga dapat disesuaikan dengan jenis dari bahan produk yang diperjual belikan oleh mereka. Disisi lain keadaan pasar bambu kuning yang sudah 5 tahun terakhir mengalami penurunan jumlah pengunjung yang tentunya sangat mempengaruhi pendapatan pedagang pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung, karena dengan penetapan harga dan jumlah pengunjung yang menurun pedagang juga kesulitan untuk memutar modal mereka dari pendapatan yang mereka harapkan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengaruh harga barang terhadap pendapatan pedagang, apakah pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang, dan apakah pengaruh harga barang dan modal simultan terhadap pendapatan pedagang dalam perspektif islam.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif analisis sumber data primer wawancara dan data sekunder yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, Angket/Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi. Adapun analisis data melalui analisis kuantitatif dengan pendekatan berfikir deduktif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa harga dapat dilihat dari T hitung variabel Harga barang (X1) berpengaruh tidak signifikan, harga barang tidak memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. Oleh karena itu harga barang berpengaruh tidak berpengaruh terhadap pendapatan, karena tidak semua konsumen membeli suatu barang berdasarkan harga. Harga murah belum tentu konsumen tertarik, karena setiap konsumen memiliki daya tarik yang berbeda-beda, baik dari segi kualitas barang, merek barang. Dari hasil analisis bahwa dari nilai T hitung bahwa variabel (X2) yakni Modal berpengaruh signifikan yakni memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. Pengaruh harga barang dan modal secara simultan terhadap pendapatan pedagang. Dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel harga barang dan modal berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

**Kata kunci:** Harga Barang, Modal, Pendapatan Pedagang





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 703289*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga Barang Dan Modal Terhadap  
Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Islam (Studi  
Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar  
Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Andre Febriantoni**  
NPM : **1551010015**  
Jurusan : **Ekonomi Syariah**  
Fakultas : **Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Budimansyah, S.Th.I.M.Kom.I.**  
**NIP.19770725 200212 1001**

**Okta Suprianingsih, S.E., M.E.Sy.**  
**NIP.**

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

**Madnasir, S.E., M.Si.**  
**NIP. NIP. 197504242002121001**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 703289**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)”**, disusun oleh **Andre Febriantoni**, Npm **1551010015**, Jurusan **Ekonomi Syariah**. Telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Jumat, 4 Oktober 2019 Ruang Sidang 2 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2019.**

**TIM MUNAQSAH**

**Ketua : A. Zuliansyah, S.Si., M.M**

**Sekertaris : Dedi Satriawan, M.Pd**

**Penguji I : M. Kurniawan, S.E., M.E.Sy**

**Penguji II : Okta Suprianingsih, S.E., M.E.Sy**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.i**  
**NIP. 198008012003121001**



## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(Q.S. An-Nisa [4]:29).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Al-quran dan Terjemahannya, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 84

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw., Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang tersayang:

1. Ayahanda tercinta (Syafri~~nal~~) dan Ibunda tercinta (Zunaini), yang tak pernah lelah untuk mendoak~~anku~~ setiap waktu, mendukung, mensupport serta memberikan motivasi dan kasih sayangnya. Tak luput juga dengan pengorbanan yang tidak ternilai dan terbalaskan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat-Nya, kesehatan, kemurahan rezeki dan berkahhan umur kepada kalian serta selalu dalam lindungan Allah SWT dan menjadik~~an~~ kalian termasuk dalam golongan yang ada dibarisan Nabi Muhammad SAW kelak, Aamiin.
2. Kepada kakak-kakakku tercinta Kartika Sari.S, Nina Chintya Saputri, dan Adikku Delvira Rahma Adinda yang telah memberikan doa, dukungan, saran dan nasehatnya, serta selalu memberi semangat kepadaku setiap harinya.
3. Kepada Almamater tercinta yaitu UIN Raden Intan Lampung, Khususnya, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah tempat saya menuntut Ilmu.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Andre Febriantoni atau biasa dipanggil Boy, dilahirkan di Bandar Lampung tanggal 26 Februari 1997, anak ketiga dari 4 bersaudara yang merupakan buah cinta kasih dari pasangan Ayahanda Syafrinal dan Ibunda Zunaini.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselsaikan adalah:

1. T.K Kartini (Kecamatan Gotong Royong, Bandar Lampung), lulus tahun 2003.
2. SD N 02 Palapa (Kecamatan Gotong Royong, Bandar Lampung), lulus tahun 2009
3. MTs N 1 Bandar Lampung, (Kecamatan Pahoman, Bandar Lampung), lulus tahun 2012.
4. MAN 1 Bandar Lampung, (Sukarame, Bandar Lampung), lulus tahun 2015.
5. Pada tahun 2015 penulis diterima dan melanjutkan ke Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program (S1) dan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, 2019

Yang Membuat,

Andre Febriantoni


## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga Skripsi dengan judul “ Analisis Faktor Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)”, dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam saya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan juga kepada para pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini ditulis dan diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang telah diberikan oleh semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini mengucapkan terimakasih seluruhnya kepada:.

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang selalu tanggap akan kesulitan mahasiswa.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memberi memotivasi kepada mahasiswa/i.



- 
3. Bapak Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I. selaku Pembimbing I yang telah banyak memotivasi dan meluangkan waktu untuk penyelesaian skripsi ini.
  4. Ibu Okta Suprianingsih, S.E., M.E.Sy. selaku Pembimbing II yang telah sangat banyak memberikan waktu luang untuk membimbing, membantu dan memberi arahan dengan sabar dalam membimbing dan memotivasi sehingga skripsi ini selesai.
  5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi Ekonomi Syari'ah atas ilmu dan didikan yang telah diberikan.
  6. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Perpustakaan, baik perpustakaan pusat maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
  7. Kepada sahabat saya Chintia Dwi Yuliani yang selalu memberi dukungan dan doa nya kepada saya dalam proses mengerjakan skripsi.
  8. Kepada sahabat saya Abdurrahman Muas Algifari, Ahmad Sandika, dan Sawiyan Khalid yang selalu memberi dukungannya.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan dan diterima dengan tangan terbuka dan ucapan terimakasih. Namun demikian, saya berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan saya pada khususnya.

Bandar Lampung, 2019  
Penulis,

**Andre Febriantoni**  
**1551010015**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	17
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Harga	
1. Pengertian Harga .....	18
2. Tujuan Penetapan Harga .....	22
3. Faktor-Faktor Penerapan Harga .....	27
4. Harga Dalam Pandangan Islam .....	32
B. Modal	
1. Pengertian Modal.....	38
2. Jenis-jenis Modal Usaha.....	42
3. Modal Dalam Pandangan Islam.....	44
C. Pendapatan	
1. Pengertian Pendapatan .....	49
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat pendapatan....	53
3. Jenis-jenis Pendapatan .....	57
4. Pengertian Pendapatan Dalam Ekonomi Islam .....	60
D. Peneliti Terdahulu .....	64
E. Hipotesis.....	66
F. Kerangka Fikir .....	67

## BAB III METODE PENELITIAN



A. Jenis Dan Sifat Penelitian .....	69
B. Data Dan Sumber Data .....	70
C. Populasi Dan Sampel .....	71
D. Definisi Operasional .....	72
E. Metode Pengumpulan Data.....	73
F. Skala Pengukuran .....	76
G. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	76
H. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data .....	78

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung .....	83
B. Data Responden Pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung .....	90
C. Hasil Penelitian.....	92
D. Analisis Data .....	98
E. Pembahasan.....	106

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	113

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Pasar Bambu Kuning .....	9
Tabel 1.2 Pedagang Pasar Bambu Kuning .....	11
Tabel 1.3 Data Responden .....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	72
Tabel 3.2 Skala Likert .....	76
Tabel 4.1 Jumlah Pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Berdasarkan Klasifikasi .....	88
Tabel 4.2 Data Responden .....	90
Tabel 4.3 Jenis Kelamin .....	94
Tabel 4.4 Lama Usaha .....	95
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	95
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	97
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuesioner .....	97
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	99
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	101
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	102
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	104
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	105
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	106



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Dalam hal ini, penulis ingin menguraikan pembahasan yang lebih lanjut. Sebelumnya akan dijelaskan istilah dalam skripsi untuk menghindari kekeliruan bagi para pembaca maka perlu adanya penegasan judul. Oleh sebab itu, untuk menghindari kesalahan tersebut sangat diperlukan pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini. Dengan harapan, agar para pembaca memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud dari judul skripsi. Adapun judul pada skripsi ini yaitu **PENGARUH HARGA BARANG DAN MODAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA PASAR BAMBU KUNING TRADE CENTER BANDAR LAMPUNG).**

Adapun istilah-istilah didalam skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.<sup>2</sup> Pengaruh dimaksudkan dalam judul skripsi ini dalah dengan adanya harga barang dan modal akan membuat pedagang akan menjadi lebih berkembang.

---

<sup>2</sup>Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1045.

2. Pendapatan adalah jumlah seluruh uang, barang atau jasa yang diterima oleh seseorang atas suatu usahanya dalam jangka waktu tertentu.<sup>3</sup>
3. Pedagang yaitu orang yang mencari nafkah dengan berdagang.<sup>4</sup>
4. Perspektif adalah sudut pandang (pandangan).<sup>5</sup>
5. Ekonomi Islam merupakan implementasi sistem etika Islam dalam kegiatan ekonomi yang ditujukan untuk pengembangan moral masyarakat, dalam hal ini, ekonomi Islam bukanlah sekedar memberikan justifikasi hukum terhadap fenomena ekonomi yang ada, namun lebih menekankan pada pentingnya spirit Islam yang terkait dengan ekonomi.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menegaskan bahwa pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning tentu berbeda-beda setiap orangnya. Disamping itu juga pedagang memiliki strategi yang berbeda-beda untuk menarik perhatian setiap konsumennya terutama pelanggan terhadaptiap-tiap pedagang, ada pedagang yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan media yang bisa digunakan untuk menjadi sumber informasi kepada para pelanggan. Adapun dalam Islam tentang berniaga juga telah diatur sebagaimana yang telah ditetapkan Allah SWT, karena dengan diaturnya perniagaan dalam Islam akan membuat para pedagang memperjual belikan barang dagangannya dengan jalan yang benar dan bersaing secara sehat. Maka dari itu penulis mengangkat judul “ Pengaruh

---

<sup>3</sup> Jusi suit dkk, *Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan*, (Bandung: IPB Press, 2012), h.27

<sup>4</sup> *Op. Cit*, hlm.229

<sup>5</sup> *Op. Cit*, hlm.864

<sup>6</sup> PEi, *Ekonomi Islam*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta Ed.1-5 (jakarta: Rajawali Pers, 2013)



Faktor Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning).”

## **B. Alasan Memilih Judul**

Dalam penelitian ini yang menjadi alasan mendasar dalam memilih judul ini adalah:

### **1. Secara Objektif**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang yang ada di pasar Bambu Kuning yang beberapa akhir tahun ini terdapat relokasi Pasar Semep yang di alihkan pada jalan yang berada di samping Pasar Bambu Kuning. Hal itu tentunya terjadi persaingan yang lebih ketat antar setiap pedagang yang ada di satu lokasi tersebut, meskipun pedagang yang berasal dari Pasar Semep hanya berada di luar atau di pinggir pasar. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh factor harga barang dan modal terhadap pendapatan pedagang pasar di Pasar Bambu Kuning.

### **2. Secara Subjektif**

- a. Memberikan pengetahuan kepada penulis maupun pembaca serta pemerintahan dan masyarakat itu sendiri tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar Bambu Kuning. Judul ini memberikan penambahan dan pengembangan wawasan yang positif bagi penulis, pembaca, serta pedagang yang ada dipasar Bambu Kuning.

- b. Bahasa yang digunakan dalam skripsi ini sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari pada Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Islam.
- c. Literatur dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini tersedia, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

### C. Latar Belakang

Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Didalam pasar ini terdapat pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.

Pengertian lain tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran.<sup>7</sup>

Upaya lain yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kota Bandar Lampung untuk menghidupkan kembali pasar-pasar tradisional tersebut yakni dengan memperbaiki penampilan pasar Bambu Kuning. Upaya renovasi Pasar Bambu Kuning pun menjadi salah satu program pemerintah Kota Bandar Lampung untuk merivitalisasi pasar-pasar tradisional yang hampir kehilangan pembeli tersebut. Dengan menjamin kerjasama bersama investor, pemerintah Kota Bandar Lampung telah melakukan revitalisasi terhadap sejumlah pasar

---

<sup>7</sup>Dr. kasmir, SE., M.M. *kewirausahaan* edisi revisi, (jakarta : rajawali pers, 2017), h. 169.

tradisional di Bandar Lampung. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman.

Masyarakat yang memiliki modal dan tingkat pendidikan tinggi, tentunya mereka bisa mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat yang hanya memiliki modal dan keahlian yang rendah, hal tersebut tentunya juga dirasakan masyarakat yang mencari keberuntungan dalam berdagang, modal dan keterampilan atau pendidikan akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang akan diperoleh bagi pedagang nantinya.

Harga (*Price*) dalam teori ekonomi, harga nilai dan faedah merupakan istilah yang saling berhubungan. *Faedah* adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik harga lain dalam pertukaran. Mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.<sup>8</sup>

Harga sangat berpengaruh bagi setiap pedagang umumnya, terutama dalam mencantumkan harga yang ditetapkan untuk produk yang dijual oleh pedagang. Hal tersebut akan berdampak langsung bagi pedagang apabila pedagang tersebut melambungkan harga produk yang dijualnya seperti

---

<sup>8</sup>Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1* (Jakarta : PT Indeks, 2007), H. 430.



pakaian, dikarenakan pelanggan atau konsumen tidak akan tertarik dengan apa yang di tawarkan pedagang.

Modal adalah *Real Capital Goods* (barang-barang modal rill) yang meliputi semua jenis barang yang dibuat untuk menunjang kegiatan barang-barang lain serta jasa-jasa. Pengertian *Capital* (modal) semacam itu sebenarnya hanya salah satu dari pengertian modal seluruhnya, sebagaimana yang sering dipergunakan oleh para ahli. Sebab, modal juga mencakup arti uang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi.<sup>9</sup>

Pendapatan adalah peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang dapat berasal dari penyerahan barang/jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam satu periode. Tidak termasuk dalam pengertian pendapatan adalah peningkatan aktiva perusahaan yang disebabkan pembelian aktiva, investasi pemilik, pinjaman atau koreksi laba rugi periode lalu. Peningkatan jumlah aktiva dapat berbentuk diterimanya uang tunai, timbulnya piutang atau aktiva lainnya. Pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan disebut pendapatan usaha (*Operating Revenue*). Pendapatan yang

---

<sup>9</sup>Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011) h. 56

diperoleh dari kegiatan diluar kegiatan utama disebut pendapatan lain-lain (*Other Revenue* atau *Other Income*).<sup>10</sup>

Dalam Islam berniaga tentunya juga telah di atur dengan apa yang ditetapkan oleh Allah SWT. Yang dimana agar kita tidak saling memakan harta sesama kita (Manusia) dan demikian itu Allah SWT menetapkan nya pada surah An-Nisa ayat (4):29 yang berbunyi :



يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa [4]:29).*<sup>11</sup>

**Tafsir ayat :** Allah melarang hambanya yang beriman memakan harta diantara mereka dengan cara yang batil, hal ini mencakup memakan harta dengan cara pemaksaan, pencurian, mengambil harta dengan cara perjudian dan pencaharian yang hina, bahkan bisa jadi termasuk juga dalam hal ini adalah memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebihan, karena hal tersebut adalah termasuk kebatilan dan bukan dari kebenaran. Kemudian setelah Allah SWT mengharamkan memakan harta

---

<sup>10</sup>Seomarso S.R, *Revisi akutansi suatu pengantar buku 2 edisi 5*, (jakarta : Penerbit Salemba empat, 2005) h. 230.

<sup>11</sup>Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 84

dengan cara yang batil, Allah SWT membolehkan bagi mereka memakan harta dengan cara perniagaan dan pencaharian yang tidak terdapat padanya penghalang-penghalang dan yang mengandung syarat-syarat seperti saling ridha dan sebagainya.

*“Walaa taqtulu Anfusakum”* yang artinya “Dan janganlah kamu membunuh dirimu” maksudnya, janganlah sebagian kalian membunuh sebagian yang lain, dan janganlah seseorang membunuh dirinya, dan termasuk dalam hal itu adalah menjerumuskan diri kedalam kehancuran dan melakukan perbuatan-perbuatan berbahaya yang mengakibatkan kematian dan kebinasaan *“Innallaha kaana bikum rahiimaa”* Artinya “Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu” diantara rahmatnya adalah dimana Allah memelihara diri, dan harta kalian, serta melarang kalian dari menyia-nyiakan dan membinasakannya, dan Allah menjadikan adanya hukum atas hal tersebut berupa *had-had*.

Satu ringkasan dan penyatuan dalam firman Allah *“Laa ta’kuluu amwaa lakum”* artinya “Janganlah kamu saling memakan harta sesama-mu” dan *“Walaa taqtuluu anfasakum”* artinya “Dan janganlah kamu membunuh dirimu” bagaimana firmanNya itu mencakup harta-harta selain dirimu, harta dirimu sendiri, membunuh dirimu dan membunuh selain dirimu dengan ungkapan yang begitu pendek daripada perkataan, “Janganlah sebagian kalian memakan harta sebagian lain dan janganlah sebagian kalian membunuh sebagian yang lain,” dengan tidak mencakupnya ungkapan tersebut akan harta orang lain dan membunuh orang lain,

padahal menggabungkan kata harta dan jiwa kepada seluruh kaum mukminin dalam kasih sayang mereka, mencintai dan mengasihi diantara mereka dan maslahat-maslahat mereka adalah seperti satu tubuh, dimana keimanan itulah yang menyatukan mereka pada maslahat-maslahat mereka, dunia maupun akhirat.<sup>12</sup>

Kendala atau masalah yang dihadapi oleh pedagang dalam mengembangkan usahanya adalah rendahnya minat konsumen untuk membeli produk dengan kebutuhan pokok, kesulitan pemasaran, sulitnya memutar modal dari keuntungan yang didapat, dan rendahnya pengunjung pasar bambu kuning sehingga menyebabkan pendapatan pedagang terancam menurun. Persoalan mendasar yang dikeluhkan pada umumnya adalah penetapan harga dengan jumlah pengunjung yang menurun dari tahun 2013-2018.

Tabel 1.1  
Jumlah Pengunjung Pasar Bambu Kuning

No.	Bulan	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Januari	4167	986	674	612	893	542
2	Februari	1689	814	754	981	543	543
3	Maret	780	469	326	645	776	1059
4	April	1232	895	834	1428	435	812
5	Mei	651	2675	547	587	989	645
6	Juni	3235	7089	965	643	2340	1968
7	Juli	591	1243	3254	3209	234	298
8	Agustus	8432	2453	934	198	984	679
9	September	623	3930	1084	325	1204	434
10	Oktober	365	652	2353	634	534	235
11	November	718	342	3547	983	323	429

<sup>12</sup> Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, *Tafsir Al-quran* (Jakarta : Darul Haq, 2016), h.63.



<b>12</b>	Desember	1392	1032	2751	1154	265	995
<b>Total/tahun</b>		<b>23875</b>	<b>22580</b>	<b>18023</b>	<b>11399</b>	<b>9520</b>	<b>8639</b>

Data jumlah pengunjung periode 2013-2018

Pada tahun 2013 jumlah pengunjung Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung sebanyak 23.875 pengunjung, pada tahun 2014 berjumlah 22.580 pengunjung, 2015 dengan 18.023 pengunjung, tahun 2016 11.399 pengunjung, tahun 2017 berjumlah 9.520 pengunjung, tahun 2018 berjumlah 8.639 jumlah pengunjung, dapat dilihat dari table diatas bahwasannya jumlah pengunjung Pasar Bambu Kuning mengalami penurunan dari tahun 2013 sampai 2018 yang menyebabkan permasalahan pada pendapatan pedagang pasar tersebut.

Hal ini terjadi salah satunya dikarenakan adanya tempat Penampungan Pasar Smep yang ditampung sementara karena adanya pembongkaran lahan pada pasar Smep tersebut, sehingga pemerintah kota mendirikan bangunan sementara pada area parker pengunjung Pasar Bambu Kuning sehingga terjadinya penurunan dari tahun ke tahun. Maka pedagang Pasar Bambu Kuning kesulitan mendapatkan pendapatan mereka pada akhir-akhir ini, pendapatan yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pedagang.

Tabel 1.2  
Jumlah pedagang Pasar Bambu Kuning

No	Tempat Berdagang	Jumlah
1.	Toko kios	308 buah
2.	Los Amparan	238 buah
3.	Kaki Lima	224 buah
Total		770 buah

Sumber: LAKIP Dinas Pasar Kota Bandar Lampung, 2010

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center dengan jumlah pedagang sebanyak 770 pedagang dengan klasifikasi yang berbeda-beda baik Toko Kios sebanyak 308 unit, Los Amparan sebanyak 238 unit, pedagang Kaki Lima sebanyak 224. Angka ini merupakan angka yang cukup besar jika dibandingkan dengan jumlah pedagang dipasar lainnya. Dengan total jumlah pedagang sebanyak 770 pedagang pasar Bambu Kuning Trade Center.

Tabel 1.3  
Data Responden

Nama	Kepemilikan usaha	Jumlah Modal Awal (Rp)	Jumlah Pendapatan Perbulan (Rp)
Fadli	Pribadi	100.000.000	3 – 4.000.000 jt
Rosi Octavia	Pribadi	60.000.000	2.500.000
Novrizal	Pribadi	60.000.000	2.500.000
Amril	Pribadi	300.000.000	6 – 9.000.000 jt
Lestari Indah Astuti	Pribadi	50.000.000	Tidak menentu
Aris	Pribadi	50.000.000	15.000.000
Yarni	Pribadi	50.000.000	10.000.000

Afriansyah	Pribadi	15.000.000	1.500.000
Evi	Pribadi	30.000.000	3.000.000
Syahrudin	Pribadi	80.000.000	1 – 2.500.000
Kurniawan	Pribadi	100.000.000	15.000.000
Nina Chintia	Pribadi	50.000.000	4.000.000
Katika Sari	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Yeni Rosmita	Pribadi	500.000.000	12.000.000
St Zufri Murad	Pribadi	50.000.000	10.000.000
Rini Fiska Gusti	Pribadi	20.000.000	3.000.000
Masrizal	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Efa Susanti	Pribadi	25.000.000	2 – 3.000.000
Bela Desi Amelia	Pribadi	100.000.000	5 – 6.000.000
Ibu Ani	Pribadi	75 – 100.000.000	3 – 4.000.000
Zahroni	Pribadi	30.000.000	2 – 3.000.000
Irmayanti	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Chintia Octari	Pribadi	120.000.000	5.000.000
Kustanto	Pribadi	120.000.000	2 – 3.000.000
Rosmawati	Pribadi	120.000.000	5 – 8.000.000
Rahmat Saleh	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Siti Aisyah	Pribadi	150.000.000	10.000.000
Salma	Pribadi	100.000.000	3.000.000
Zulkifli	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Dahlan	Pribadi	60.000.000	5.000.000
Afrizal	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000
Ansori	Pribadi	60.000.000	3 - 4.000.000
Jumairi	Pribadi	50.000.000	3 – 4.000.000
Adi Hidayat	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Afrizon	Pribadi	100.000.000	3 – 4.000.000

Khoirul Anwar	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Arif Rahman	Pribadi	80.000.000	3 – 4.000.000
Umar	Pribadi	150.000.000	8.000.000
Aisyah	Pribadi	150.000.000	10.000.000
Tantowi	Pribadi	100.000.000	2 – 3.000.000
M.Rizki	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Laila	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Yunus	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Hamzah	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Imam Krisno	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Julian Ardi	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Mualim Haq	Pribadi	50.000.000	3 – 4.000.000
Dendi Kosoara	Pribadi	80.000.000	5.000.000
Syarfizal	Pribadi	50.000.000	2.000.000
Muhammad Yogi	Pribadi	20.000.000	2 – 3.000.000
Ani Marwiyah	Pribadi	50.000.000	4 – 5.000.000
Rahmat Hidayat	Pribadi	30.000.000	3 – 5.000.000
Harto	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
An Hadi Dzikrullah	Pribadi	12.000.000	2 – 3.000.000
Suroso	Pribadi	40.000.000	2 – 3.000.000
Yenisa	Pribadi	50.000.000	2 – 3.000.000
Sutris	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
Triana	Pribadi	100.000.000	8.000.000
Muasiroh	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000
Iis Susilawati	Pribadi	100.000.000	15.000.000
Syaifuddin	Pribadi	15.000.000	2 – 3.000.000
Hidayatullah	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
Syarifudin	Pribadi	150.000.000	15.000.000

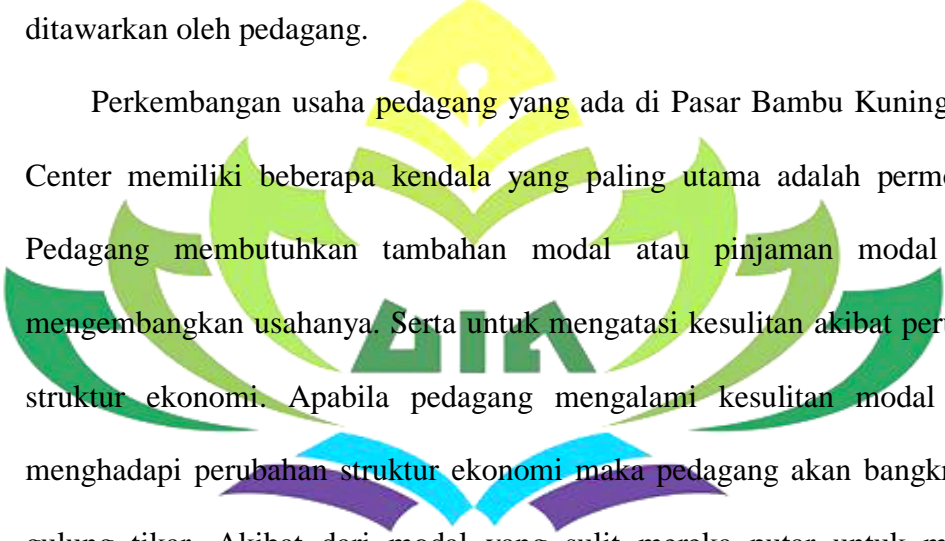


Hasan Ali	Pribadi	50.000.000	2 – 3.000.000
Riftalia Anggraini	Pribadi	100.000.000	4 – 5.000.000
Fatmawati	Pribadi	80.000.000	5.000.000
Haliana	Pribadi	50.000.000	5.000.000
Marzuki Ali	Pribadi	100.000.000	5 – 7.000.000
Erwansyah	Pribadi	10.000.000	2 – 3.000.000
Agus Kurniawan	Pribadi	12.000.000	2 – 3.000.000
Rosita Dewi	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000
M.Niko	Pribadi	15.000.000	2 – 3.000.000
Marji	Pribadi	150.000.000	3 – 4.000.000
Endang Sulastri	Pribadi	10.000.000	3.000.000
Ahmad Syafei	Pribadi	80.000.000	2 – 4.000.000
Sutrisno	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Rudi Johansyah	Pribadi	20.000.000	2 – 3.000.000

Batasan pengambilan sampel pada penelitian ini dengan hanya mengambil pedagang pakaian yang dijadikan sampel dengan jumlah menggunakan rumus Suharsimi Ari Kunto yakni sebanyak 77 pedagang dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono *Accidental Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pedagang yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Harga memiliki peran yang sangat penting untuk memikat daya tarik konsumen untuk membelanjakan uang mereka, oleh karena itu pedagang menetapkan harga sesuai dengan keadaan pasar dengan sebagai distributor

tentunya mereka mengambil keuntungan namun disisi lain mereka tidak memaksa konsumen yang ingin belanja agar harus membeli produk yang mereka jual, tentunya harus seperti apa yang diajarkan agama islam yakni harus berdasarkan suka sama suka yang artinya pedagang menjual konsumen membeli, membelinya pun atas dasar suka dengan harga dan produk yang ditawarkan oleh pedagang.



Perkembangan usaha pedagang yang ada di Pasar Bambu Kuning Trade Center memiliki beberapa kendala yang paling utama adalah permodalan. Pedagang membutuhkan tambahan modal atau pinjaman modal untuk mengembangkan usahanya. Serta untuk mengatasi kesulitan akibat perubahan struktur ekonomi. Apabila pedagang mengalami kesulitan modal dalam menghadapi perubahan struktur ekonomi maka pedagang akan bangkrut dan gulung tikar. Akibat dari modal yang sulit mereka putar untuk membeli produk tambahan dengan jumlah pengunjung yang berkurang dari tahun ketahunnya.

Berkurangnya pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning ditandai dengan jumlah pengunjung yang menurun akibat hilangnya area parker yang dijadikan tempat penampungan sementara untuk pasar Smep. Yang dari tahun 2013 sebanyak 23.875 jumlah pengunjung dengan mengalami penurunan hingga akhir tahun 2018 sebanyak 8.369 pengunjung. Yang menyebabkan pendapatan mereka tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka ada keinginan penulis untuk meneliti bagaimana pengaruh faktor harga barang dan

modal terhadap pendapatan pedagang di pasar Bambu Kuning sehingga penulis mengangkat tema atau judul **“Pengaruh Faktor Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)”**.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh harga barang terhadap pendapatan pedagang ?
2. Apakah pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang?
3. Apakah pengaruh harga barang dan modal simultan terhadap pendapatan pedagang?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh variabel modal usaha terhadap pendapatan Bambu Kuning.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh harga barang terhadap pendapatan pedagang.
  - c. Untuk menganalisa pengaruh variabel potongan harga terhadap pendapatan pedagang dengan daya saing yang lebih ketat.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Bagi pedagang  
Sebagai informasi dan pertimbangan ilmiah bagi pedagang dalam mengelola usaha dagangnya agar lebih efisien.

b. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis untuk melengkapi salah satu syarat akademik dalam rangka untuk memperoleh gelar Sarjana dalam jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Harga

##### 1. Pengertian Harga

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *Marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.<sup>13</sup> Seperti diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4 P (*Price, Product, Place, dan promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*Income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (Produk), *Place* (Tempat atau saluran), dan *Promotion* (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biasa saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena

---

<sup>13</sup>Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta : Erlangga, 2009), H. 67.

menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta lokasi pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.<sup>14</sup>

Buchari Alam mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* adalah atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Terdapatnya *value* yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang dapat disebut harga. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian diatas bahwa harga yaitu pendapatan yang diterima oleh penjual melalui pembelian sebuah produk yang dijual nya dan bagi konsumen harga yaitu sebuah pengorbanan atau pengeluaran untuk mendapatkan suatu barang.

Kalau harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk

---

<sup>14</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002), h. 202

<sup>15</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), h. 159

mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha atau pedagang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti *Product, Place, dan Promotion*, memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, karna harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.<sup>16</sup>

Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya, (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya ( pengeluaran). Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.<sup>17</sup> Kemudian Tjiptono mengatakan bahwa harga dapat dipadankan dengan hal lain seperti iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honor, SPP, dan sebagainya. Harga dapat dilihat dari sudut pandang lain seperti pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya, termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, H. 86

<sup>17</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ( Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 151

<sup>18</sup>*Ibid*, h. 157

Harga sangat penting bagi perekonomian, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produk bagi perusahaan manufaktur. Maka harga berpengaruh terhadap pendapatan, sehingga laba berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi keuangan perusahaan. Tjiptono mengatakan bahwa harga dijadikan sebagai indikator dari manfaat yang diperoleh konsumen atas barang dan jasa yang diterima, hal ini erat kaitannya dengan sebuah nilai yang didapat konsumen atas harga.<sup>19</sup>

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu sebagai berikut:

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya diberbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

---

<sup>19</sup>*Ibid*, h. 151



- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.<sup>20</sup>

## 2. Tujuan Penetapan Harga

Kotler dan Keller menyatakan bahwa tujuan penetapan harga yaitu:

### a. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibanding dengan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan terus dapat berjalan

### b. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengambilan investasi yang maksimum.

---

<sup>20</sup>*Ibid*, h. 152

c. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Memaksimalkan pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa memaksimalkan pendapatan akan menghasilkan laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

d. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan lain ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka panjang lebih tinggi.

e. *Skimming* pasar maksimum

*Skimming* pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya jumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya perunit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra produk superior.

f. Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan mungkin mengarah untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk pasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan

harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengambilan yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.<sup>21</sup>

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk memiliki tujuan antara lain:

1) Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

2) Memaksimalkan laba

Penetapan harga bertujuan untuk memaksimalkan dalam produksi tertentu.

3) Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

4) Prestise

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan sebagai produk yang eksklusif.

5) Pengembangan atas investasi (ROI)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengambilan atas investasi yang diinginkan. Disamping itu untuk mengetahui

---

<sup>21</sup>Kotler Philip Dan Kevin Lane Keller...., h. 138

lingkungan pasar dimana harga-harga itu ditetapkan, manajer pemasaran harus dengan jelas tujuan-tujuan perusahaan.<sup>22</sup>

Setelah mengetahui arah dan tujuan penetapan harga yang sudah ditentukan, maka hal yang diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.<sup>23</sup>

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, adapun sebagai berikut:

- a. Faktor yang secara langsung, adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.

---

<sup>22</sup>Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, ( Bandung: Raja Roda karya, 2008), h. 181

<sup>23</sup>Iskandar Putong, *Pengantar Ilmu Mikro & Makro*, ( Jakarta: Ghaila Indonesia, 2000), h. 195

- b. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.<sup>24</sup>

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk perusahaan mengikuti prosedur enam langkah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya mempertahankan hidup, meningkatkan laba, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
- 2) Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin tidak elastis, semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan.
- 3) Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
- 4) Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
- 5) Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri penetapan harga biaya plus, analisis peluang pokok dan penetapan laba sasaran, penetapan harga nilai yang diperoleh, penetapan harga

---

<sup>24</sup>*Ibid*, h. 224



yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.

- 6) Perusahaan memilih harga final, menyatakan dalam cara psikologis yang efektif dan mengeceknya untuk meyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah.<sup>25</sup>

Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam memntukan atau menetapkan harga.<sup>26</sup>

Dengan adanya penetapan harga sesuai dengan biaya sesungguhnya, maka produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar, bahkan mampu memimpin pasar dan menguasai pasar sasaran. Penetapan harga diseuaikan dengan daya beli konsumen (masyarakat). Penetapan harga jual yang tidak tepat, akan dapat pengaruh negatif terhadap laba peusahaan.<sup>27</sup>

### 3. Faktor-Faktor Penerapan Harga

Kotlet dan Keller mengungkapkan keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, yaitu:

---

<sup>25</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: Erlangga, 1992), h. 180

<sup>26</sup>Marius Anggipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, ( Jakarta: PT Raja Grafindi, 2002), h. 274

<sup>27</sup>I Ketut Patra & Agus Salim, “ Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 01 No.02, Juli 2014

a. Faktor internal, faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

- a) Tujuan perusahaan
- b) Strategi bauran pemasaran
- c) Biaya
- d) Pertimbangan organisasi

b. Faktor eksternal, yaitu meliputi sebagai berikut:

- a) Pasar dan permintaan
- b) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
- c) Keadaan perekonomian<sup>28</sup>

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga antara lain:

- a. Keadaan pemerintah. Kondisi pemerintah sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada saat resesi, daya beli konsumen menurun seiring dengan menurunnya nilai tukar uang. Masyarakat menjadi penuh pertimbangan dan selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi.
- b. Penawaran dan permintaan. Kualitas suatu produk yang akan dibeli tergantung pada tingkat harganya. Semakin tinggi harga, semakin banyak barang atau jasa yang akan konsumen minta.
- c. Elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastis maka keputusan

---

<sup>28</sup>Kotler Philip Dan Kevin Lane Keller...., h. 157

untuk menurunkan harga jual berakibat pada meningkatnya volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar.

- d. Persaingan. Persaingan yang ketat antara perusahaan sejenis dapat mempengaruhi tingkat harga suatu produk. Dalam menentukan tingkat harga produk, manajemen perusahaan akan melihat harga produk pada perusahaan lainya. Apakah harga tersebut tinggi, sedang, atau rendah.
- e. Biaya. Biaya merupakan dasar dalam penentuan tingkat harga, sebab suatu harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya operasi maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.
- f. Pengawasan pemerintah. Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.<sup>29</sup>

Jadi jelas bahwa tingkat harga suatu produk dapat berubah setiap waktu dan dalam menetapkan tingkat harga pproduk tersebut perusahaan harus sering melihat lingkungan sekitarnya.

Faktor-faktor lainnya yang perlu dipertimbangkan pada penentuan harga seperti mempertimbangkan politik pada pemasaran dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosinya. Kotler

---

<sup>29</sup>Dita Amanah, “ Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan”, *Jurnal Keuangan Bisnis*, Vol, 2 No.1, Maret 2010.

dan Amstrong mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi dan harus diperhitungkan dalam penetapan harga yaitu:

1) Faktor Lingkungan Internal. Dalam faktor lingkungan internal terdapat beberapa faktor mendasar yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan harga dari setiap produk yang dihasilkan, seperti :

a. Tujuan pemasaran perusahaan, sebagai faktor utama yang menentukan harga adalah tujuan perusahaan itu sendiri misalnya memaksimalkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, dan melaksanakan tanggung jawab sosial bagi masyarakat.

b. Strategi bauran pemasaran, karena harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran, maka dalam menentukan harga sebaiknya dikoordinasikan lebih lanjut dengan elemen pemasaran lainnya seperti : produk, tempat, promosi, biaya, dan organisasi.

2) Faktor Lingkungan Eksternal. Faktor yang perlu diperhatikan dengan seksama oleh perusahaan dalam penetapan harga dari setiap produk yang diproduksi yaitu faktor lingkungan eksternal, karena dalam faktor ini terdapat dua faktor utama yaitu :

a. Sifat pasar dan permintaan. Pihak yang ditugaskan untuk bertanggung jawab dalam penetapan harga hendaknya memperhatikan dan memahami dengan baik sifat suatu pasar dan permintaan pasar yang dihadapi atas produk yang dihasilkan. apakah pasar tersebut termasuk dalam pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, oligopoli dan sebagainya.

b. Persaingan, Aspek persaingan merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian yang intensif dari pihak penting di perusahaan mengenai keputusan dalam penetapan harga. Michael Porter mengatakan ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh terhadap persaingan suatu industri, yaitu :

- a) Persaingan dalam industri yang bersangkutan
- b) Produk substitusi
- c) Pelanggan
- d) Pemasok
- e) Ancaman pendatang baru

c. Unsur-unsur lingkungan lainnya. Selain kedua faktor tersebut, maka perusahaan juga perlu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor lainnya seperti, kondisi ekonomi suatu negara karena terdapat berbagai fenomena dapat mempengaruhi arus perekonomian secara endemik seperti



inflasi, serangan bom, resensi maupun tingkat bunga bank.

Dan juga peraturan dan kebijakan pemerintah terhadap sosial lainnya.<sup>30</sup>

#### 4. Harga Dalam Pandangan Islam

Penetapan (*regulasi*) harga dikenal didunia fiqh dengan istilah *tas'ir* yang berarti menciptakan harga tertentu pada barang-barang yang diperjual-belikan, yang tidak mendhzalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran, terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan yang salah satu pihak senang diatas pihak lain.<sup>31</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah ada 2 macam tema yang ditemukan dalam pembahasannya tentang masalah harga, yakni:

- a) *Iwad Al Mitsl*, merupakan peergantian yang sama yaitu merupakan nilai harga sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, maka dari sini merupakan esensi dari keadilan.

---

<sup>30</sup>*Ibid*, h. 39

<sup>31</sup>Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, ( Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 221

b) *Tsaman al mistl*, adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai barang yang sepadan dengan barang yang dijualnya itu ataupun barang-barang yang dijual di tempat dan waktu tertentu.<sup>32</sup>

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Perinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur
- c. Menegakan keadilan dan mengharamkan riba
- d. Menegakan toleransi dan keadilan.<sup>33</sup>

Menurut Ibnu Tamiyah naik dan turunya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat efisiensi produk, penurunan jumlah impor barang-barang yang

---

<sup>32</sup>*Ibid*, h. 210

<sup>33</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1999), h. 189

diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.<sup>34</sup>

Dalam satu bagian dalam bukunya *Fatawa*, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga:

- 1) Keinginan penduduk (*al-raghbah*) atas jenis yang berbeda-beda dan sesekali berubah-ubah. Perubahan itu sesuai dengan kelimpahannya atau kelangkaan barang yang diminta (*al-matlub*) sebuah barang sangat diinginkan jika persediaannya sangat sedikit daripada ketersediaannya sedang berlimpah.
- 2) Perubahan juga tergantung pada jumlah para peminta (*Tullab*). Jika jumlah dari orang-orang yang meminta dalam satu jenis barang dagangan banyak, harga akan naik dan akan terjadi sebaliknya jika jumlah permintaannya kecil. Dan itu juga akan berpengaruh atas menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan, baik besar atau kecilnya.
- 3) Harga juga berubah-ubah sesuai dengan (kualitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (*Al-mu'awid*). Jika ia kaya dan

---

<sup>34</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, edisi Ketiga*,( Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2011), h. 144 )

dijamin membayar utang, harga yang rendah bisa diterima darinya, daripada yang diterima dari orang lain yang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran atau sangat diragukan kemampuan membayarnya.

- 4) Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk alat pembayaran (Uang) yang digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan umum dipakai (*Naqd ra'ji*), harga akan lebih rendah daripada jika membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran<sup>35</sup>

Hal ini merupakan unsur penting dalam perekonomian Islam, setiap umat muslim harus berpegang teguh pada sunnah dan mengikuti perintah Allah serta menjauhi hal yang dilarang-Nya, manusia diberikan akhlak yang sempurna, dan memiliki akal. Oleh karena itu jangan lah menjadi manusia yang serakah dalam hal apapun dan termasuk dalam mencari harta, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui perbuatan hamba-Nya yang taat dan yang tidak taat. Dalam surat Al-Baqarah ayat 198, Allah SWT berfirman:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ<sup>٣٥</sup> فَإِذَا أَفَضْتُمْ  
مِّنْ عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ<sup>٣٦</sup> وَاذْكُرُوهُ كَمَا  
هَدَيْتُكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

---

<sup>35</sup> A. A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya : PT Bina Ilmu, 1997), h. 1007

*Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat. (Q.S. Al-Baqarah [2]: 198).<sup>36</sup>*

**Tafsir ayat:** tidak ada dosa atas diri kalian untuk mencari rizki dari Tuhan kalian dengan mengambil keuntungan dari perniagaan pada hari-hari haji. Apabila kalian telah bertolak setelah terbenamnya matahari meninggalkan Arafah, yaitu tempat yang menjadi tempat yang menjadi wuquf bagi jamaah haji pada tanggal 9 Dzulhijah, maka ingat lah Allah dengan bertasbih, *talbiyah*, dan berdoa disisi Masy'aril Haram di Mudzaliifah. Dan sebutlah Allah dengan cara benar yang dituntunkan Allah bagi kalian kepadanya. Dan sesungguhnya kalian dahulu sebelumnya berada didalam kesesatan, sehingga tidak mengenal kebenaran.<sup>37</sup>

Menetapkan harga jual merupakan sesuatu yang sangat penting, karena berhubungan dengan keputusan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan pertimbangan akan baik dan buruknya jalan jalan yang diambil dalam menetapkan harga, serta harus diperkirakan reaksi konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Menghalalkan segala cara bukanlah cara yang tepat untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif apabila tidak keliru dalam menetapkan harga jual.

---

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 31

<sup>37</sup> Dr.Hikmat Basyir dkk, *Tafsir Muyassar*. (Jakarta: Darul Haq, 2016), h. 93.



Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Ibnu Tamiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan. Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang.<sup>38</sup>

Konsep perniagaan yang disebut dalam menentukan harga sudah ditetapkan Nabi Muhammad SAW mengenai tatacara yang baik agar menjauhi sifat keburukan, dalam hal ini, secara tidak langsung persaingan tidak berlaku dalam harga, tetapi dalam hal lain semisal kualitas pelayanan dan kualitas barang yang diutamakan. Dalam penetapan harga tidak diperbolehkan untuk mengambil keuntungan yang terlalu besar karena itu termasuk dalam riba dan bersifat serakah. Seperti dalam firman Allah SWT yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

Artinya :*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan cara perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka dia antara kamu, dan*

---

<sup>38</sup>Ibid, h. 145

*janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”.* (Q.S. An-Nisa’[4]: 29).<sup>39</sup>

**Tafsir ayat:** Wahai sekalian orang-orang yang benar dalam keimanan mereka kepada Tuhan mereka kepada RasulNya serta melaksanakan SyariatNya, tidak halal bagi kalian untuk saling memakan harta sesama kalian tanpa alasan yang dibenarkan syariat, kecuali telah sejalan dengan syariat dan penghasilan yang dihalalkan yang bertolak dari adanya saling rela dari kalian. Dan janganlah sebagian kalian membunuh sebagian yang lain, akibatnya kalian akan membinasakan diri kalian dengan melanggar larangan-larangan Allah dan maksiat-maksiat kepadaNya, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepada kalian dalam setiap perkara yang Allah memerintahkan kalian untuk mengerjakannya dan perkara yang Allah melarang kalian melakukannya.<sup>40</sup>

Allah melarang manusia untuk memakan harta sesamanya dengan cara yang batil yaitu cara yang sangat amat dibenci oleh Allah SWT, karena cara tersebut tidak termasuk dalam syari’at Islam seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

## B. Modal

### 1. Pengerian Modal

Dalam buku Dr. Kasmir, untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal

---

<sup>39</sup> Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 83

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 247.

dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya perinvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja, sementara itu, modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.<sup>41</sup>

Berdasarkan uraian diatas bahwa modal terdiri dari dua dalam mendirikan suatu usaha yaitu modal ditinjau dari keuangan dan keahlian modal keuangan yaitu biaya untuk mendirikan suatu usaha seperti menyewa tempat dan modal keahlian yaitu modal yang sangat diperlukan karna sangat berpotensi untuk memajukan usahanya.

Modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha “Modal adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya: harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”.Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis.

Sadono Sukirno menuliskan bahwa modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian).Modal uang biasa

---

<sup>41</sup> Dr. Kasmir, SE., M.M. *Kewirausahaan Edisi Revisi*.(Jakarta : Rajawali Pers, 2017). h.90.

digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepaiawaian seseorang dalam menjalankan sesuatu usaha.<sup>42</sup>

Menurut dalam jurnal Endang Purwanti modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, Oleh karna itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukur finansial atas usaha yang digalakkan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yng harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.<sup>43</sup>

Menurut Nur Isni Atun Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal untuk berdagang dapat bersumber dari internal pedagang dan sumber lain selain dari pedagang, baik itu dari pinjaman dari bank atau lembaga non bank.<sup>44</sup>

Pengertian masing-masing modal dilihat dari sumber asalnya, berikut uraian modal:

---

<sup>42</sup>Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (jakarta : Kencana, 2006), h.60.

<sup>43</sup>Endang Purwanti, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga, *Among Makarti*, Vol.5 No.9, Juli 2012

<sup>44</sup>Nur Isni Atun, Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan, Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol. 5, No.4, Thn. 2016

### 1) Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup atau terbuka, keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya akan membayar deviden. Pembayaran deviden dilakukan apabila perusahaan memperoleh keuntungan dan besarnya deviden tergantung dari keuntungan perusahaan. Kemudian tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal yang telah digunakan. Kerugian menggunakan modal sendiri adalah jumlahnya sangat terbatas dan relatif sulit untuk memperolehnya.

### 2) Modal asing (pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi yang besarnya relatif. Penggunaan modal pinjaman setelah jangka waktu tertentu.

Keuntungan modal pinjaman adalah jumlah yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Disamping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi



dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari :

- a) Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta, pemerintah, maupun perbankan asing.
- b) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi, leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
- c) Pinjaman dari perusahaan non keuangan.<sup>45</sup>

## 2. Jenis-jenis Modal Usaha

Pada dasarnya, kebutuhan modal untuk melakukan usaha terdiri dari dua jenis yaitu:

- 1) Modal Investasi
- 2) Modal Kerja

Kedua jenis modal ini berbeda, baik dalam penggunaannya maupun jangka waktunya. Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Sementara modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun.

Penggunaan utama modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan dan gedung, mesin-

---

<sup>45</sup>Kamsir, *Kewirausahaan*, Edisi Revisi Cet 8, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 95

mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya. Modal investasi merupakan porsi terbesar dalam komponen pembiayaan suatu usaha dan biasanya dikeluarkan pada awal perusahaan didirikan atau untuk perluasan pabrik. Modal investasi biasanya diperoleh dari modal pinjaman berjangka waktu panjang (lebih dari setahun). Pinjaman ini biasanya diperoleh dari dunia perbankan.

Setelah kebutuhan modal kerja terpenuhi, selanjutnya adalah pemenuhan kebutuhan modal kerja. Modal kerja, yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modalnya bersifat jangka pendek, biasanya hanya digunakan sekali atau beberapa kali proses produksi. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Modal kerja juga dapat diperoleh dari modal pinjaman bank (biasanya maksimal satu tahun). Biasanya dunia perbankan dapat membiayai modal investasi dan modal kerja baik secara bersamaan maupun sendiri-sendiri (tergantung kebutuhan dan permintaan nasabah).<sup>46</sup>

Berdasarkan fungsi berkerjanya dalam perusahaan/usaha maka modal dapat dibedakan menjadi:

---

<sup>46</sup>Dr. Kasmir..., h. 91.

### 1) Modal Kerja

Sejumlah dana yang digunakan untuk menutup kebutuhan operasional sehari-hari, modal ini dapat lebih mudah diperbesar atau diperkecil, disesuaikan dengan kebutuhan dan sesuai dengan keadaan gelombang ekonomi yang ada. Elemen-elemen dalam modal kerja akan berubah-ubah sesuai kebutuhan. Modal kerja mengalami proses perputaran dalam jangka waktu yang pendek atau kurang dari 1 tahun.

### 2) Modal tetap

Modal tetap adalah sejumlah dana yang dipakai untuk pengadaan kekayaan/aktiva tetap seperti tanah, bangunan atau peralatan-peralatan usaha. Modal ini tidak mudah dikurangi atau diperkecil meskipun dalam keadaan gelombang ekonomi yang sedang menurun. Modal ini relatif permanen dalam jangka waktu tertentu. Serta modal tetap mempunyai proses perputaran dalam jangka waktu yang panjang atau lebih dari 1 tahun.<sup>47</sup>

### 3. Modal Dalam Pandangan Islam

Dalam bahasa Arab modal atau harta disebut *al-amal* (mufrad tunggal) atau *al-amwal* (jamak). Secara harfiah, *al-amal (harta)* adalah segala sesuatu yang engkau punya. Adapun dalam istilah *syar'i*, harta diartikan sebagai segala sesuatu yang dimanfaatkan dalam perkara yang

---

<sup>47</sup> Lies Indrianti, Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil, *Jurnal STIE Semarang*, Vol.5, No.1, Februari 2013.

legal menurut *syar'i* (hukum Islam), seperti bisnis, pinjaman, konsumsi dan hibah pemberian.<sup>48</sup>

Pengertian modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam perdagangan *syar'i*, dimana aktivitas manusia ikut berperan dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan. Istilah modal tidak harus dibatasi pada harta-harta ribawi saja, tetapi ia juga meliputi semua jenis harta yang bernilai yang terakumulasi selama proses aktivitas perusahaan dan pengontrolan perkembangan pada periode-periode lain.<sup>49</sup>

Dalam pandangan Al-Qur'an, uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi bukan yang terpenting. Manusia menduduki tempat diatas modal disusul sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang sebagai segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan.<sup>50</sup> Seperti dalam surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِمْ فَلَكُمْ  
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: "Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok

---

<sup>48</sup>An-Nabbani, Taqyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, (Surabaya: Raisalah Gusti, 1996), h .41

<sup>49</sup>*Ibid.*

<sup>50</sup>Racmat Syafee'i, *Fiqh Muamalah*,( Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001)

*hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.*(Q.S. Al-Baqarah [2]: 279).<sup>51</sup>

**Tafsir ayat:** jika kalian juga belum berhenti dari perkara yang Allah melarang kalian melakukannya, maka yakinlah maka akan perang dari Allah dan RasulNya ( terhadap kalian). Dan jika kalian mau kembali kepada Tuhan kalian, dan kalian tinggalkan makan riba, maka kalian boleh mengambil harta yang kalian hutangkan, tanpa mengambil tambahan. Maka kalian tidak menzalimi siapapun, dengan mengambil tambahan melebihi harta pokok kalian, dan tidak ada seorang pun yang menzalimi kalian dengan mengurangi harta yang kalian hutangkan.<sup>52</sup>

Islam melarang penimbunan harta dan sebaliknya mendorong sirkulasi harta diantara semua bagian masyarakat, berikut ayat yang menjelaskan bahwasanya harta harus berputar. (Q.S. Al-Hasyr ayat 7):

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ  
مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا  
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

*Artinya: “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara*

<sup>51</sup> Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 47

<sup>52</sup> Dr, Hikmat Basyir, *Tafsir Muyassar 1*....h. 139.

*kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya*”. (Q.S. Al-Hasyr [59]: 7).<sup>53</sup>

**Tafsir ayat:** Apa yang Allah SWT berikan kepada Rasulullah sebagai *fai*’ dari harta para penghuni negeri yang musrik tanpa mengerahkan kuda dan unta, maka ia adalah milik Allah dan Rasulullah. Ia didistribusikan untuk ke-maslahatan umum kaum muslimin, untuk para kerabat Rasulullah SAW, yaitu Bani Hasyim dan Bani al-Muththalib, juga untuk anak yatim, yaitu anak-anak miskin yang ditinggal wafat bapak-bapak mereka saat belum baligh, juga orang-orang miskin, yaitu orang-orang yang membutuhkan dan tidak memiliki apa yang mencukupi dan memenuhi kebutuhan mereka.<sup>54</sup>

Modal tidak boleh diabaikan, manusia berkewajiban menggunakannya dengan baik, agar ia terus produktif dan tidak habis digunakan. Karena itu seorang wali yang menguasai harta orang-orang yang tidak tau atau belum mampu mengurus hartanya diperintahkan untuk mengembangkan harta yang berada dalam kekuasaannya itu dan membiayai kebutuhan pemiliknya yang tidak mampu itu, dari keuntungan perputaran modal, bukan dari pokok modal.<sup>55</sup> Menurut Jumingan modal yaitu jumlah aktiva lancar. Jumlah ini merupakan modal kerja bruto (*gross working capital*). Definisi ini bersifat

---

<sup>53</sup> Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 546

<sup>54</sup> Dr. Hikmat Basyir, dkk, *At-tafsir al-Muyassar*. ....h.772.

<sup>55</sup> *Ibid.*



perhitungan karena meunjukkan jumlah dana yang digunakan untuk maksud-maksud operasi jangka pendek. Waktu tersedianya modal akan bergantung pada macam dan tingkat likuiditas dari unsur-unsur aktiva lancar misalnya kas, surat-surat berharga, piutang, dan persediaan.<sup>56</sup> Modal juga penting bagi kehidupan manusia untuk hidup berkelanjutan, seperti dalam surat Al- Imron ayat 14 yang berbunyi:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ  
مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ  
مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَبَاقِ

Artinya: "Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak[186] dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)". (Q.S. Al-Imron [3]: 14).<sup>57</sup>

**Tafsir ayat:** Dijadikan indah bagi manusia untuk mencintai apa saja yang mereka sukai, berupa wanita, anak-anak, kekayaan yang melimpah, seperti emas, perak, kuda-kuda yang baik, dan binatang-binatang ternak semisal unta, sapi dan kambing, serta tanah untuk dijadikan bercocok tanam dan berladang, semua itu adalah pesona kehidupan dunia dan perhiasan yang akan sirna, dan Allah di sisiNya terdapat tempat kembali dan pahala yang baik, yaitu Surga.<sup>58</sup>

<sup>56</sup>Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Ke Empat, (Bandung: Bumi Aksara, 2011), H. 66

<sup>57</sup>Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 51

<sup>58</sup> Dr. Hikmat Basyir, dkk, *At-tafsir al-Muyassar*. ....h.151.

Jadi harta juga merupakan modal bagi kita agar mendapat keuntungan, dan kita mencari keuntungan, tetapi tidak boleh berlebihan dalam menggunakannya serta lalai terhadap apa yang sudah menjadi perintah dan larangan-Nya. Maka sebaiknya, harta kita jadikan sebagai modal untuk kesejahteraan dunia dan akhirat.

### C. Pendapatan

#### 1. Pengertian Pendapatan

Dalam buku Sadono Sukirno Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.<sup>59</sup>

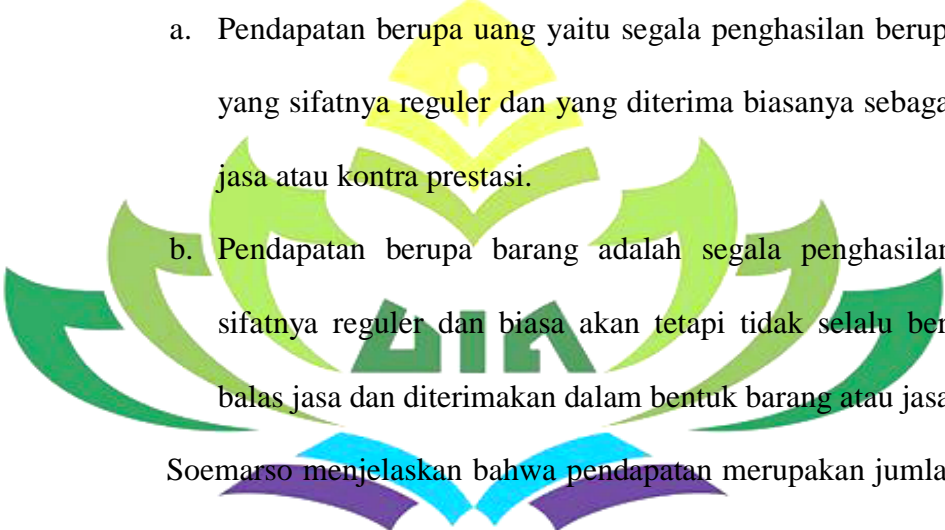
Dalam uraian diatas bahwasannya pendapatan yaitu sesuatu yang diterima atau diberikan kepada seseorang baik berupa barang atau jasa setelah dia melaksanakan tugas atau pekerjaannya dengan baik.

Dalam kamus ekonomi, Pendapatan (*income*) adalah uang yang diterima seseorang dalam perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba, dan lain sebagainya, bersama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Selain itu pendapatan atau income dari seseorang adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor

---

<sup>59</sup>Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006), Hal. 47

produksi. Menurut Sistem Neraca Sosial Ekonomi (SNSE) Indonesia, pola pendapatan rumah tangga terdiri dari upah dan gaji, keuntungan usaha rumah tangga yang tidak berbadan hukum dan penerimaan transfer. Selain itu menurut biro pusat statistik, pendapatan terdiri dari sebagai berikut:

- 
- a. Pendapatan berupa uang yaitu segala penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontra prestasi.
  - b. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasa akan tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa dan diterimakan dalam bentuk barang atau jasa.<sup>60</sup>

Soemarso menjelaskan bahwa pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas penjualan barang atau penyerahan jasa yang dilakukan, ia merupakan kenaikan bruto terhadap modal. Disebut kenaikan bruto karena pertambahan modal yang diakibatkan oleh kegiatan usaha tidak sejumlah yang dibebankan kepada langganan. Untuk memperoleh jumlah tersebut ada beban yang harus ditanggung. Masalah pendapatan berkaitan dengan penentuan pendapatan yang harus dimasukan dan dilaporkan dalam suatu periode.<sup>61</sup>

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai

---

<sup>60</sup>Ikhwan Ratna Dan Hidayati Nasrah, “ Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau”, *Jurnal Vol.Xiv* No.2 Desember Th.2015 Universitas Islam Negeri Suska Riau.

<sup>61</sup>Soemarso Sr, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Lima Revisi* (Jakarta: Salemba Empat, 2005), Hal. 230

dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.<sup>62</sup>

Ada empat kejadian yang dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan saat diakui pendapatan, yaitu:

1) Pada saat dilakukan penjualan

Pendapatan biasanya diakui pada saat barang diserahkan kepada pembeli. Pada saat ini dikirimkan faktur tagihannya. Tetapi, apabila antara penyerahan barang (oleh penjual) dengan penerimaan barang (oleh pembeli) terdapat tenggang waktu, maka pendapatan dapat diakui pada saat penjual menyerahkan barangnya kepada perusahaan pengangkutan.

2) Saat pembayaran diterima

Pendapatan dapat pula baru diakui pada saat pembayaran atas penjualan diterima. Contoh cara ini adalah pengakuan pendapatan yang dapat dilakukan oleh dokter, pengacara dan perusahaan-perusahaan lain dimana jasa-jasa profesional merupakan sumber pendapatannya. Secara teoritis cara ini kurang dapat diterima. Keuntungan terletak pada kesederhanaan dan

---

<sup>62</sup>Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), Hal. 132

dapat dihindari kerugiannya dari piutang-piutang tak tertagih. Cara tersebut tidak diperkenankan bagi pengakuan pendapatan yang berasal dari penjualan barang. Pengakuan pendapatan pada saat pembayaran hanya dapat dilakukan bila terdapat ketidak pastian yang besar mengenai tertagihnya piutang. Ketidak pastian itu biasanya berhubungan dengan belum berpindahnya hak atau risiko atas barang sampai dilunasinya pembayaran. Ada kemungkinan pembatalan atas transaksi penjualan yang telah dilakukan.

### 3) Saat bagian tahap produksi diselesaikan

Pada perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang kontruksi, pekerjaan yang harus diselesaikan dapat berlangsung sampai tiga atau empat tahun. Dalam keadaan demikian, seolah-olah pendapatan baru dihasilkan pada akhir tahun ke empat. Akan tetapi mengakui pendapatan macam ini sekaligus pada akhir diselesaikannya pekerjaan akan mengakibatkan laba atau rugi mejadi sangat berfluktuasi. Cara ini tidak dapat menggambarkan kemajuan perusahaan secara benar. Demikian juga halnya bila pendapatan diakui pada saat kontrak pekerjaan ditandatangani.

### 4) Saat selesainya poduksi

Untuk barang yang nilai pasarnya sudah tertentu dan pemasarnya terjamin atau untuk barang yang sudah dipastikan

akan terjual dengan harga tertentu (berdasarkan kontrak penjualan), pendapatan dapat diakui pada saat selesainya produksi.<sup>63</sup>

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan

Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

### a. Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk, yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

### b. Harga

Jumlah yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

### c. Distribusi

Perantara dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

### d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi, dan

---

<sup>63</sup>*Ibid*, H. 231



meningkatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan.<sup>64</sup>

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan:

- a) Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.
- b) Tenaga kerja, tenaga kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian. Akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja dibedakan menjadi 3 golongan, yaitu:
  - 1) Tenaga kerja kasar merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau rendah tingkat pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan.
  - 2) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja seperti montir mobil, tukang kayu, dan ahli mereparasi TV dan radio.
  - 3) Tenaga kerja terdidik, merupakan tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup dan ahli dalam bidang tertentu seperti dokter, akuntan, ahli ekonomi, dan insinyur.

---

<sup>64</sup>Mulyadi, *Sistem Akuntansi, Edisi Ke-3, Cetakan Ke-5*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), H. 127

c) Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera atau perilaku konsumen.<sup>65</sup>

Menurut Boediono faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

- a. Kesempatan kerja yang tersedia. Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b. Kecakapan dan keahlian. Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
- c. Motivasi. Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

---

<sup>65</sup>Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi Ed.1. Cet. 13*,(Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002), H. 49

- d. Keuletan bekerja. Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijakikan bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.
- e. Banyak sedikitnya modal yang digunakan. Besar kesilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.<sup>66</sup>

Berdasarkan hasil analisis dari Jurnal Budi Wahyono, faktor modal usaha, tingkat pendidikan, lama usaha, dan jem kerja yang berpengaruh positif terhadap pendapatan di Bantul. Dari keempat faktor tersebut yang paling berpengaruh signifikan adalah modal usaha dan lama usaha memiliki pengaruh yang kecil.<sup>67</sup>

Dalam jurnal Ida dan I Wayan faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah modal usaha, jam kerja dan lokasi. Berdasarkan hasil analisisnya faktor modal usaha, jam kerja dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan. Faktor modal usaha dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di pasar Seni Guwang. Sedangkan jam kerja tidak berpengaruh signifikan. Modal

---

<sup>66</sup>Boediono , *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), H. 150

<sup>67</sup>Budi Wahyono, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Bantul Kabupaten Bantul”, *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017.

usaha adalah faktor yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan di daerah tersebut.<sup>68</sup>

Distribusi pendapatan merupakan ukuran pemerataan pendapatan rumah tangga pada saat terjadi pertumbuhan ekonomi. Indikator yang sering dipakai untuk mengetahui kesenjangan distribusi pendapatan adalah gini ratio dan kriteria shima. Nilai gini ratio berkisar antara nol dan satu. Bila gini ratio sama dengan nol berarti distribusi pendapatan sangat merata karena setiap golongan penduduk menerima bagian pendapatan yang sama. Namun bila gini ratio sama dengan satu menunjukkan bahwa terjadi ketimpangan distribusi pendapatan yang sempurna karena seluruh pendapatan hanya dinikmati oleh satu orang saja.<sup>69</sup>

### 3. Jenis-Jenis Pendapatan

#### a. Pendapatan pribadi

Pendapatan pribadi dapat dikatakan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Dari arti istilah pendapatan pribadi ini dapat disimpulkan bahwa dalam pendapatan pribadi telah termasuk juga pembayaran pindahan. Pembayaran tersebut merupakan pemberian-pemberian yang

---

<sup>68</sup>Ida Ayu Dwi Mithaswari, I Wayan Wenagama,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Seni Guwang”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 7, No 2, Februari 2018.

<sup>69</sup>Retno Wisti Gupito, Irham, Lestari Rahayu Waluyati,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Tani Sorgum Di Kabupaten Gunung Kidul”, *Jurnal Argo Ekonomi Vol. 24 No 1*. Juni 2014

dilakukan oleh pemerintah kepada berbagai golongan masyarakat dimana para penerimanya tidak perlu memberikan suatu balas jasa atau usaha apapun sebagai imbalanya.<sup>70</sup>

b. Pendapatan Keluarga

Pendapatan keluarga berupa upah: upah atau gaji setelah melakukan pekerjaan tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa pendapatan keluarga dapat berupa upah dan penghasilan setelah menjual produk atau bahan.<sup>71</sup> Pendapatan keluarga adalah jumlah penghasilan riil dari seluruh anggota rumah tangga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perorangan dalam rumah tangga. Pendapatan rumah tangga merupakan balas jasa atau karya atau imbalan yang diperoleh karena sumbangan yang diberikan dalam kegiatan produksi. Pendapatan dapat berupa barang. Apabila pendapatan lebih ditekankan pengertiannya pada pendapatan rumah tangga, maka pendapatan merupakan jumlah keseluruhan dari pendapatan formal, informal, dan pendapatan subsistem.

- 1) Pendapatan formal adalah segala penghasilan yang diperoleh melalui pekerjaan tambahan diluar pekerjaan pokok.
- 2) Pendapatan informal merupakan penghasilan yang diperoleh melalui pekerjaan tambahan diluar pekerjaan pokok.

---

<sup>70</sup>Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi Ed.1. Cet. 13*,(Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002), H. 49.

<sup>71</sup>Jeiske Salaa, “ Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Tarohan Kec. Beo, Kab. Kepulauan Talaud”. *Jurnal Holistik Tahun Viii No. 15/ Januari- Juni 2015*.

- 3) Pendapatan subsistem adalah pendapatan yang diperoleh dari sektor produksi yang dinilai dengan uang dan terjadi bila produksi dan konsumsi terletak disatu tangan atau masyarakat kecil.<sup>72</sup>

Dalam Lumingkewas, pada dasarnya pendapatan itu timbul dari penuaan barang atau penyerahan jasa kepda pihak lain dalam periode akuntansi terstentu. Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan proses penyimpanan .dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Dalam perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain. Adapun jenis-jenis pendapatan dari suatu kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut:

1) Pendapatan operasional

Pendapatan operasional pada dasarnya timbul dari berbagai cara, yaitu:

- a. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan saha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesai diproduksi.
- b. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
- c. Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerja sama dengan para investor.

---

<sup>72</sup>Sugeng Haryono, “ Peran Aktif Wanita Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Miskin”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 2, Desember 2008)



## 2) Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain)

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan digolongkan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut sebagai pendapatan lai-lain. Pendapatan ini diterima perusahaan tidak kontiniu namun menunjang pendapatan operasional perusahaan. Dari timbulnya pendapatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan itu meliputi semua hasil yang diperoleh dari bisnis dan investasi. Kaitanya dengan operasi perusahaan, pada umunya sumber dan jenis pendapatan dapat dikelompokan sebagai berikut:

- a. Pendapatan dari operasi normal perusahaan
- b. Pendapatan dari luar operasi perusahaan.<sup>73</sup>

## 4. Pendapatan Dalam Ekonomi Islam

Pendapatan ekonomi adalah sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu priode tertentu untuk membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah aset neto. Sumber-sumber penghasilan ekonomi antara lain upah, gaji, pendapatan bunga dari deposito, pendapatan sewa, penghasilan transfer dari pemerintah dan lain-lain.<sup>74</sup>

Dalam Islam pendapatan adalah perolehan barang, uang yang diterima atau yang dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-

---

<sup>73</sup>Lumingkewas, Valen Abraham, “ Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada Pt. Bank Sulut”, *Jurnal Emba Vol. 1 No. 3*, Juni 2013.

<sup>74</sup>Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Pengantar*, Edisi Keempat, ( Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Eekonomi Universitas Indonesia, 2010), h. 295

aturan yang bersumber dari syariat islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan. Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atas kegiatan yang telah dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai **keuntungan** hidup terhadap besarnya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai dari kebutuhan pangan, sandang, papan dan beragam kebutuhan lainnya. Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum.<sup>75</sup>

Islam mendorong umat manusia bertujuan agar bekerja dan memproduksi, serta menjadikan pekerjaan itu sebuah kewajiban untuk orang-orang yang mampu, lebih dari itu Allah Swt memberikan balasan yang setimpal sesuai dengan amal atau perbuatan yang sesuai dengan firman Allah Swt dalam Q.S An-Nahl (16) ayat 97:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَوةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”. ( Q.S An-Nahl (16) ayat 97).<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup>Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2017), h 132

<sup>76</sup>Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 278

**Tafsir ayat:** Barang siapa mengerjakan amal shalih, baik lelaki ataupun perempuan, sedang ia beriman kepada Allah SWT dan RasulNya, maka kami akan beri dia kehidupan bahagia dan tentram di dunia. Kendatipun ia tidak banyak memiliki harta, dan kami benar-benar akan memberi balasan pahala bagi mereka diakhirat dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka perbuat di dunia.<sup>77</sup>

Bekerja adalah bentuk amalan ibadah yang memiliki nilai lebih dimata Allah Swt. karena dengan bekerja, kita menunjukkan usaha kita untuk mendapatkan rezeki sebagaimana yang telah diatur oleh Allah SWT. Allah berfirman dalam Q.S At-Taubah [9]: 105.



وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya: “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.* (Q.S At-Taubah [9]: 105).<sup>78</sup>

**Tafsir ayat:** dan katakanlah wahai Nabi, kepada orang-orang yang telah ikut berjihad, “berbuatlah kalian dengan apa yang kalian pandang baik, maka Allah akan melihatnya, begiupula dengan Rasulnya dan kaum mukminin, dan jati diri kalian akan menjadi jelas. Dan kalian akan dikembalikan pada hari kiamat kepada Dzat yang

---

<sup>77</sup> Dr. Hikmat Basyir, Dkk, *Tafsir Muiyyasar 1*,....h. 846

<sup>78</sup> Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005, h. 203

mengetahui perkara rahasia dan perkara nyata dari kalian, lali dia memberitakan kepada kalian tentang apa yang dahulu kalian kerjakan. Dalam ayat ini memuat peringatan dan ancaman bagi orang yang tetap bertahan di atas kebatilan dan keangkuhannya.<sup>79</sup>

Pendapatan rumah tangga yang satu beda dengan pendapatan rumah tangga yang lain, sesuai dengan keinginan perekonomian atau pekerjaan kepala rumah tangga. Akan tetapi, pendapatan setiap rumah tangga tidak akan terlepas dari hal berikut ini:

- a. Pendapatan pokok. Pendapatan pokok dapat berbentuk pendapatan persemestre atau semi semester tergantung pada mata pencaharian pokok kepala rumah tangga. Jika kepala rumah tangga itu seorang pegawai atau karyawan, pendapatan pokok berupa upah atau gaji yang diterima setiap pekan atau perbulan.
- b. Pendapatan tambahan yaitu pendapatan rumah tangga yang dihasilkan anggota rumah tangga yang bersifat tambahan, seperti bonus atau pemberian bantuan.
- c. Pendapatan lain-lain yaitu dapat berupa bantuan atau hubah dari orang lain atau hasil perputaran harta. Bantuan istri kepada suaminya dalam masalah keuangan rumah tangga dianggap sebagai pendapatan lain-lain. Karena hal ini dapat membatu pembelajaran rumah tangga. Meskipun demikian, pendapatan lain-lain sulit diperkirakan adalah keharusan bagi seorang istri selaku sebagai ibu

---

<sup>79</sup> *Ibid*, h.609.

rumah tangga untuk membantu suami dan anak-anaknya dalam memperkirakan pendapatan itu agar seimbang dengan pengeluaran.<sup>80</sup>

#### D. Peneliti Terdahulu

Penulis melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang sudah ada. Penulis menemukan beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dengan judul yang diangkat yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang yang dijadikan sebagai acuan dan masukan dalam penelitian ini.

1. Pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rendy Gulla, Sem George Oroh, dan Ferdy Roring dengan judul “Analisis Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn” tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace Inn yang karena dengan adanya persaingan yang ketat menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015 yang menyebabkan perusahaan harus mampu menciptakan strategi harga promosi, kualitas pelayanan yang menarik untuk menenangkan konsumennya.<sup>81</sup>
2. Kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nur Ika Mauliyah yang berjudul “Strategi Penentuan Harga Jual Sayuran Pada Pedagang

---

<sup>80</sup>Husein Ayahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, ( Jakarta: Gema Insani, 2008), h. 103.

<sup>81</sup>Rendy Gulla dkk, “Analisis Harga Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn”, *Jurnal EMBA vol 3 No. 1 Th 2015*, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Pasar Tradisional (Studi Fenomenologi Pedagang Sayur Di Bilitar)” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana para pedagang sayur menentukan harga jual sayuran.<sup>82</sup>

3. Ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Toti Indrawati yang berjudul “Analisis Perilaku Pedagang Dalam Pembentukan Harga Barang Kebutuhan Pokok Di Kota Pekanbaru” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku dari para pedagang dalam pembentukan harga sebelum barang kebutuhan pokok tersebut di jual kepada konsumen (pembeli). Karena harga ditingkatkan konsumen juga dipengaruhi oleh pola distribusi barang disuatu daerah.<sup>83</sup>

4. Keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hendra Irawan yang berjudul “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di pasar Kreneng Kota Denpasar” Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal kerja, jam kerja, lama usaha dan tingkat pendidikan secara parsial dan secara serempak terhadap

---

<sup>82</sup>Nur Ika Mauliyah, “Strategi Penentuan Harga Jual Sayuran Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Fenomenologi Pedagang Sayur di Bilitar” *Jurnal Vol. III* No. 1. Februari 2012.

<sup>83</sup>Toti Indrawati, “Analisis Perilaku pedagang Dalam Pembentukan Harga Barang Kebutuhan Pokok Di Kota Pekanbaru”, *Jurnal Ekonomi Vol.21*, No. 1.Maret 2013. Universitas Riau



pendapatan pedagang dipasar Kreneng Denpasar sebanyak 90 pedagang.<sup>84</sup>

5. Kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nirfandi Gonibala, Vecky .A.J. Masinabow, MaunaTh. B. Maramis.yang berjudul “Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu” yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Modal dan Biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Nilai koefisien negatif artinya ada hubungan searah antara modal dan pendapatan.<sup>85</sup>

#### E. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis berupa pertanyaan mengenai konsep yang dapat nilai benar atau salah jika merujuk pada suatu fenomena yang diamati atau diuji secara empiris. Fungsi dari hipotesis sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan penelitian agar sesuai dengan apa yang kita harapkan. Adapun dugaan sementara peneliti adalah:

---

<sup>84</sup>Hendra Irawan, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kreneng Kota Denpasar”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol.6. No. 10.*Oktober 2017.Universitas Udayana Bali.

<sup>85</sup>Nurfandi Gonibala, Vecky .A.J. Masinabow, Mauna Th. B. Maramis, “ Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu”, *Jurnal Vol 19. No. 01.*Th 2019.Universitas Samratulangi Manado.

H1: Ada Pengaruh Harga Barang terhadap Pendapatan Pedagang.

H2: Ada Pengaruh Modal terhadap Pendapatan Pedagang.

H3: Ada Pengaruh Harga Barang Dan Modal secara simultan terhadap Pendapatan Pedagang.

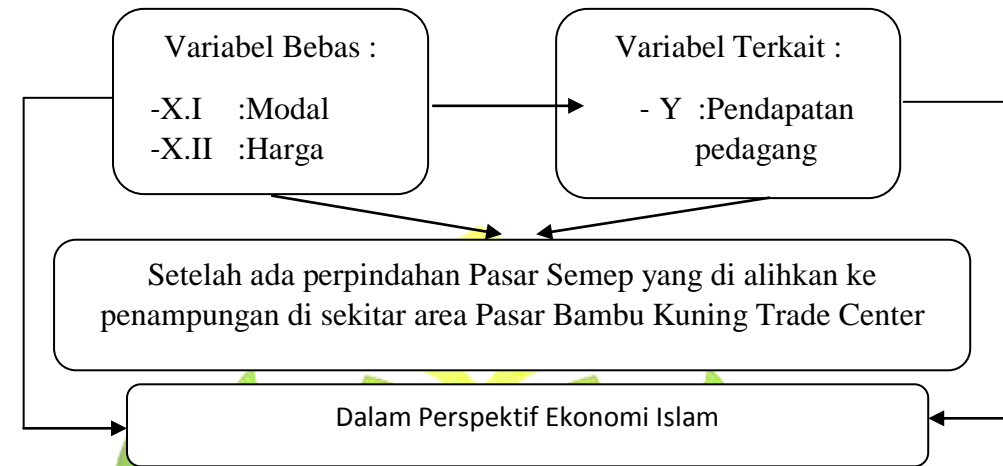
#### F. Kerangka Fikir

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, dapat dijelaskan bahwa X1 yaitu modal dan X2 Harga barang sangat penting dalam usaha perdagangan. Apabila modal yang dikeluarkan oleh seorang pedagang itu besar maka tentunya akan berdampak pada pendapatan pedagang pasar tersebut. Begitupun X2 yakni harga barang, apabila pedagang terlalu tinggi melambungkan harga dagangannya hanya demi mendapatkan keuntungan besar dengan menjual satu barang maka pembeli tentunya akan enggan untuk membeli di salah satu pedagang tersebut. Hal ini akan sangat mempengaruhi pendapatan dan ditambah dengan adanya perpidahan Pasar Semep yang di tampung ke Penampungan sekitar area Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan, maka disusun suatu kerangka fikir mengenai penelitian yang akan dilakukan. Kerangka fikir dapat dilihat pada gambar 2.1:

**GAMBAR 1.1**

**Kerangka Pemikiran**



Keterangan:

Variabel X1 (Modal) dan X2 (Harga Barang) terikat kepada Variabel Y (Pendapatan).

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

## A. Jenis dan Sifat Penelitian

### a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.<sup>86</sup> Yang pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis tentang apa yang terjadi dalam ruang lingkup pedagang. Selain penelitian lapangan, dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*), sebagai pendukung dalam melakukan penelitian, dengan menggunakan berbagai literatur (Kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.<sup>87</sup>

### b. Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *descriptive* yang bertujuan menggambarkan suatu keadaan dan fenomena tertentu, tidak memilah-milih atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu. Misalkan seorang peneliti yang menjelaskan prosedur pengambilan keputusan di sebuah perusahaan, atau peneliti menjelaskan mengenai adat istiadat perkawinan di sebuah suku.<sup>88</sup>

## B. Data dan Sumber Data

### a. Data Primer

---

<sup>86</sup>*Ibid*, h.9

<sup>87</sup>*Ibid*,

<sup>88</sup>Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Ed. 1). Yogyakarta: Graha Ilmu 2013.h.11.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian bisnis dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian.<sup>89</sup>

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat dari pihak lain.

Data sekunder dapat diperoleh dari *study* kepustakaan berupa data dan dokumentasi. Dalam kaitan ini, peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder<sup>90</sup>

### C. Populasi dan Sampel

---

<sup>89</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Ed.1), Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010. h.79

<sup>90</sup> *Ibid*, h.79

## 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>91</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu para beberapa pedagang pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi, Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>92</sup> Tujuan penentuan sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi, suatu redaksi terhadap jumlah objek penelitian. Tujuan lain dari penentuan sampel ialah untuk mengemukakan dengan tepat sifat-sifat umum dari populasi dan untuk menarik generalisasi dari hasil penyelidikan.<sup>93</sup> Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah wakil yang telah dipilih untuk mewakili populasi. Sampel ini merupakan cerminan dari populasi yang sifat-sifatnya akan diukur dan mewakili populasi yang ada. Dengan adanya sampel ini maka proses penelitian akan lebih mudah dan sederhana.

---

<sup>91</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 119.

<sup>92</sup> Sugiyono, *Statika untuk penelitian Alfabeta*, (Bandung: Rineka Cipta, 2006), h. 56.

<sup>93</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet. VII (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 55.



Menurut Suharsini Ari Kunto sebagai pemikiran apabila subjeknya kurang dari 100 maka baik diambil keseluruhan dari populasinya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat di ambil antara 10-15%. Karena populasi dalam penelitian ini berjumlah 770 pedagang maka  $(770 \times 10 : 100 = 77)$  pedagang) karena hasilnya kurang dari 100 maka sampel di ambil sebanyak 77 pedagang untuk diteliti.

#### D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur-unsur dari sebuah penelitian yang dari sebelum penelitian yang menjelaskan bagaimana untuk mengukur suatu variabel. Sehingga dengan variabel operasional tersebut mampu menunjukkan indikator-indikator yang menjadi pendukung dari variabel-variabel penelitian ini yang perlu dioperasionalkan adalah:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Harga Barang (Variabel X1) (Kotller)	Harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4 P ( <i>Price, Product, Place, dan promotion</i> ).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya saing harga</li> <li>2. Keterjangkauan harga</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan kualitas barang</li> </ol>	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala ordinal

Teknologi (Variabel X2) (Khoirun Nisak)	Sumber modal dilihat dari asalnya menurut kasmir (2011) salah satunya yaitu pinjaman, modal asing atau pinjaman modal adalah modal yang diperoleh dari pihak luar usaha dan biasanya diperoleh dari pinjaman.	1. Modal pribadi 2. Modal pinjaman	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala ordinal
Pendapatan Pedagang (Variabel Y) (Sadono Sukirno)	Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.	1. Lama Usaha 2. Jenis Usaha 3. Promosi	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala ordinal

## E. Metode Pengumpulan Data

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dengan langkah-langkah sistematis, metode berarti suatu cara kerja yang sistematis. Metode disini diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian.<sup>94</sup> Metode pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar guna memperoleh data kuantitatif, disamping itu metode pengumpulan data memiliki fungsi teknis guna memungkinkan para peneliti melakukan pengumpulan data

<sup>94</sup> Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.24.

sedemikian rupa sehingga angka-angka dapat diberikan pada obyek yang diteliti.

Data yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam penelitian penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut :

### **1. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lainnya.<sup>95</sup>

### **2. Angket/Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden<sup>96</sup>

### **3. Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan wawancara merupakan cara yang banyak digunakan oleh para peneliti, sehingga metode ini sangat populer. Wawancara merupakan salah satu tehnik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung

---

<sup>95</sup>Prof. Dr. Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016. h.145.

<sup>96</sup>*Ibid*, h.142.

berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, memotivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*Interviewee*)<sup>97</sup>

#### 4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biaya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien. Sedangkan kelemahannya ialah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan kalau ada yang salah cetak maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya.

Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan angket cenderung merupakan data primer atau data yang langsung dari pihak pertama.<sup>98</sup>

#### F. Skala Pengukuran

---

<sup>97</sup>Wahyu Purhantara, *Op.Cit*, h.80

<sup>98</sup>Dr. Husaini Usman, M.Pd dan Purnomo Setiady Akbar, M.Pd, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003, h.73.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam indikator atau alat ukur, sehingga jika alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.<sup>99</sup> Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran untuk mengukur variabel dengan indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak pengukuran atau pertanyaan. Peneliti menggunakan pengukuran 5 skala likert, karena peneliti ingin mendapatkan jawaban yang pasti dari pertanyaan yang disuguhkan dan agar sesuai dengan batasanp-batasan yang ingin diperoleh peneliti.<sup>100</sup>

Tabel 3.2  
Skala Likert

Bobot	Katagori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditasan kesahihan suatu instrument. Suatu instrument mempunyai validasi yang tinggi dan sebaliknya. Sebuah instrument

---

<sup>99</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, cet. Ke 2,(Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset,2013), h. 92.

<sup>100</sup>*Ibid*, h. 93.

dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.<sup>101</sup>

Pengujian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan skor, kemudian skor tersebut diolah dengan Coefficient Correlation Pearson dalam SPSS dengan ketentuan jika nilai signifikansi (P Value) 0,05, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikan (P Value) 0,05, maka terjadi hubungan yang signifikan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama.<sup>102</sup> Untuk uji reliabilitas digunakan metode Teknik perhitungan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode internal consistency reliability dengan menggunakan koefisien reliabilitas alpha Cronbach ( $\alpha$ ), hal ini sesuai dengan tujuan test yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam instrument penelitian. Menghitung nilai reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut :

Metode alpha Cronbach ( $\alpha$ ) diukur berdasarkan skala alpha Cronbach ( $\alpha$ ) dari 0,00 sampai 1,00. Apabila nilai alpha 0.6 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai dibawa 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (rb hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka instrument tersebut

---

<sup>101</sup>Ridwan Sunarto, *Pengantar Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 3448.

<sup>102</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.



dikatakan reliabel, sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

## H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pinjaman modal dan teknologi terhadap perkembangan UMKM. Oleh karena itu analisis data penelitian ini menggunakan SPSS. Regresi dilakukan terhadap dua variabel saja, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel independen.

### 1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independent terhadap variabel dependent. Persamaan dari regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:<sup>103</sup>

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

$Y$  = Pendapatan Pedagang

$b_0$  = Bilangan Konstanta

$b_1X_1$  = Harga Barang

$b_2X_2$  = Modal

$e$  = Standar Error

### 2. Uji Asumsi Klasik

Alat uji yang digunakan adalah uji asumsi klasik yaitu untuk mengetahui apakah terdapat masalah di dalam data regresi. Uji asumsi

---

<sup>103</sup>Agung Abdul Rasul,” *Praktik Statistik Ekonomi Dan Bisnis*”,(Jakarta : Mitra Wicana Media,2010), h. 134.

klasik yang digunakan untuk mengukur bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Y), maka peneliti menggunakan analisis regresi untuk membandingkan dua variabel atau lebih yang bisa dipertanggungjawabkan, maka asumsi-asumsi berikut harus dipenuhi.

<sup>104</sup> Apabila data regresi sudah melewati empat pengujian dalam uji asumsi klasik ini yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertugas untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model Penelitian.<sup>105</sup> Untuk menguji lebih akurat maka diperlukan alat analisis dan SPSS. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dimana data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal, jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\leq 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas dimaksudkan apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independent). Apabila terjadi kolerasi antara variabel bebas, maka terdapat

---

<sup>104</sup> Wing Wahyu Winarno, *Analisis Ekonometrika dan statistik dengan E views*, (Yogyakarta:STIM YKPN Yogyakarta,2011), h.51.

<sup>105</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research* (Yogyakarta: Andi, 2002),h. 207.

problem Multikolineritas pada model regresi tersebut. Pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas adalah koefisien antara variabel independen haruslah lemah dibawah 0,05 jika korelasi kuat maka terjadi Multikolineritas.<sup>106</sup> Multikolineritas dapat dilihat dari *tolerance* dan lawannya VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi Multikolineritas.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji F atau Uji Simultan

Uji F atau uji Simultan merupakan tahap awal dalam mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak layak. Yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel- Variabel bebas terhadap variabel terikat Nama uji ini disebut sebagai uji F karena mengikuti distribusi F yang kriteria pengujiannya seperti One Way anova.<sup>107</sup> Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel dengan menggunakan hipotesis statistik. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS berikut:

Jika probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak

Jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  diterima

---

<sup>106</sup>*Ibid*, h. 207.

<sup>107</sup>Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Cet.ke-4*,(Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), hal. 86

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

b. Uji t atau Uji Parsial

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel idenpendent. <sup>108</sup>Uji hipotesis parsial juga didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari pengolahan SPSS pada tabel *coefficients* kolom sig atau *Significance* yaitu:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah<sup>85</sup>:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan).

#### 4. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Pada regresi linear berganda ini akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

---

<sup>108</sup>*Ibid*, h. 90

dengan melihat besarnya koefisien determinan totalnya ( $R^2$ ). Jika determinan totalnya ( $R^2$ ) yang di peroleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinanasi totalnya ( $R^2$ ) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruhnya variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pasar Bambu Kuning Trade Center**

##### **a. Sejarah Singkat Pasar Bambu Kuning Trade Center**

Pasar Bambu Kuning Trade Center sebagai salah satu pasar pusat merupakan induk untuk masyarakat Bandar Lampung. Pasar Bambu Kuning Trade Center ini sudah di kenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandar Lampung maupun masyarakat luar Kota Bandar Lampung.

Pasar Bambu Kuning Trade Center tumbuh sejak lama yaitu dimulai sejak zaman Kolonial Belanda. Pada waktu itu hari pasaran ditentukan hanya sekali dalam seminggu yaitu pada hari Sabtu. Jenis dagangannya juga ditentukan oleh pemerintah Kolonial Belanda, yaitu: jenis tekstil, kelontongan dan sedikit sayuran. Bentuk penggunaannya masih sederhana seperti pada umumnya pasar-pasar tradisional, yaitu: Petak-petak atau pasar yang dindingnya terbuat dari bambu dan beratap rumbai. Pada waktu itu pemilik Pasar Bambu Kuning Trade Center adalah orang Thionghua (China), yang juga membangun perumahan-perumahan di sekitarnya. Adapun pedagang dibedakan sebagai berikut:

1. Pedagang tetap di dalam kios menggunakan atap



2. Pedagang tetap yang menggunakan tempat luas
3. Pedagang keliling yang masuk pasar di luar atap
4. Pedagang keliling yang masuk pasar di bawah atap

Pada tahun 1960, Lampung resmi menjadi sebuah Provinsi dan memisahkan diri dari Sumatra Selatan, pasar ini mulai dibangun secara permanen pada waktu itu.

Provinsi Lampung hanya memiliki dua pusat pasar, yaitu pasar Tanjung Karang Plaza dan Pasar Teluk Betung.

Perkembangan pasar ini mengalami beberapa kali pemugaran. Awalnya pasar ini merupakan bangunan permanen yang tidak bertingkat, pada perkembangannya kemudian pasar tersebut ditingkat dan dibangun menjadi dua lantai. Namun, karena semakin padat pedagang dan juga karena perkembangan penduduk menyebabkan pedagang yang tidak cukup menempati areal pasar tersebut akhirnya pasar tersebut diperluas lagi dan dibangun menjadi tiga lantai. Hal ini dimaksudkan agar dapat menampung seluruh pedagang yang ada.

Sesuai dengan SK Materi Dalam Negeri No.511-2-598 pada tanggal 26 juli 1989, Pasar Bambu Kuning Trade Center mengalami pemugaran terbesar pada tahun 1990. Sk ini berisi tentang Pengesahan Keputusan Walikota Daerah

Tingkat II Bandar Lampung No. 170/BE.II, HK/1987 tentang penghapusan dan pembangunan kembali Pasar Bambu Kuning Trade Center milik Pemerintah Daerah Tingkat II Bandar Lampung.<sup>109</sup>

b. Letak dan Kondisi Fisik Pasar Bambu Kuning Trade Center

Setelah mengalami pemuugaran pada tahun 1990 bentuk pasar terlihat seperti sekarang ini terdiri dari gedung berlantai dengan luas tanah kurang lebih 500 meter persegi dan tiap-tiap lantai berbeda fungsinya. Pada lantai I dan lantai II diperuntukkan bagi pedagang yang menjual dagangannya berupa pakaian, bermacam-macam jam, sepatu, toko mas dan mainan anak-anak namun yang paling dominan adalah pedagang tekstil. Sementara pada lantai III saat ini masih kosong dan belum dimanfaatkan

Seperti umumnya lantai I terdiri dari blok A sampai blok D. tersedianya blok-blok ini maksudkan untuk memperdayakan jenis dagangan dan para pedagang. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pembeli dalam berbelanja, namun pada kenyataannya pada pedagang tidak terlalu memperhatikan adanya blok-blok tersebut untuk diisi dagangan yang sejenis, sehingga pada setiap blok dapat ditemukan berbagai macam kios dengan jenis dagangan yang berbeda-beda.

---

<sup>109</sup> Arsip Sejarah Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung

Letak pasar Bambu Kuning Trade Center ini berada pada pusat Kota Tanjung Karang (Bandar Lampung). Lokasi ini sangat strategis dan dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat dari berbagai sudut kota. Oleh karena itu, Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung ini dilewati seluruh trayek angkutan kota, dengan lokasi ini Pasar Bambu Kuning Trade Center ditetapkan sebagai Pusat Pasar Kota Bandar Lampung. Adapun batas-batas dari Unit Pasar Bambu Kuning adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Imam Bonjol.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Jalan Bukit Tinggi.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Batu Sangkar
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Jalan Kartini.

c. Komposisi Pedagang dan Perkumpulan Pedagang

1. Komposisi Pedagang

Berdasarkan jenis barang dagangannya, pedagang yang berbeda di Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung terbagi enam kelompok. Pedagang yang antara lain terdiri dari: pedagang pakaian, pedagang sepatu, pedagang kosmetik, pedagang bahan pakaian, pedagang makanan, pedagang emas dan pedagang lain-lain. Berdasarkan klafikasi tempat berdagang maka pedagang

pada Pasar Bambu Kuning Trade Center berdasarkan klasifikasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Jumlah Pedagang Pasar Bambu kuning Trade Center  
Berdasarkan Klasifikasinya

No	Tempat Berdagang	Jumlah
1.	Toko kios	308 buah
2.	Los Amparan	238 buah
3.	Kaki Lima	224 buah
Total		770 buah

Sumber: LAKIP Dinas Pasar Kota Bandar Lampung, 2010

Berdasarkan data tersebut, maka jumlah pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center secara keseluruhan adalah pedagang. Angka tersebut merupakan angka yang cukup besar jika dibandingkan dengan jumlah pedagang pasar lainnya.<sup>110</sup>

## 2. Perkumpulan Pedagang

Seperti pada pasar-pasar lainnya, pada Pasar Bambu Kuning Trade Center juga terdapat beberapa pedagang yang mengelompokkan dirinya sebagai perkumpulan yang menggariskan tujuan sesuai dengan kepentingan mereka.

<sup>110</sup> *Ibid*,

Beberapa perkumpulan antara lain;

1. Himpunan Persatuan Pedagang Bambu Kuning (HPPBK)

Anggota HPPBK ini adalah khusus bagi para pedagang yang berdagang di toko/kios, namun pada himpunan ini tidak seluruh pedagang toko/kios terdaftar sebagai anggota perhimpunan. Keanggotaan mereka tergabung secara sukarela, sehingga ada beberapa pedagang toko/kios yang tidak masuk menjadi anggota himpunan ini. Adapun himpunan ini berdiri pada tahun 1992 dengan tujuan : Mengelola Pasar Bambu Kuning dalam menciptakan kebersihan, keamanan, dan ketertiban pasar, bagi mereka yang menjadi anggota himpunan ini diwajibkan membayar iuran bulanan sebesar Rp. 30.000 yang akan digunakan untuk kegiatan-kegiatan mereka seperti membayar listrik pasar, kebersihan pasar dan keamanan satpam untuk pasar secara kegiatan-kegiatan lainnya.

2. Perkumpulan Pedagang kaki Lima Bambu Kuning (PPKLBK)

Perkumpulan pedagang kaki lima di sekitar Pasar Bambu Kuning Trade Center ini terbagi menjadi beberapa perkumpulan pedagang yang meliputi wilayah mereka berjualan. Adapun tujuan dasar masing-masing perkumpulan pedagang Bambu Kuning adalah : Menjalani kerja sama antar

pedagang kaki lima dalam hal ketertiban dan keamanan pasar.

Adapun pembagian perkumpulan tersebut antara lain.

a. Perkumpulan pedagang kaki lima Batu Sangkar (PPKL BK) perkumpulan pedagang yang khusus beranggotakan para pedagang kaki lima yang berjualan, anggota sampai saat ini berjumlah 60 pedagang.

b. Perkumpulan pedagang kaki lima Imam Bonjol (PPKL Imam Bonjol), yaitu: perkumpulan pedagang kaki lima yang khusus berada pada jalan Imam Bonjol, dengan jumlah anggota pedagang hampir 70 pedagang.

c. Perkumpulan pedagang kaki lima Bukit Tinggi (PPKL Bukit Tinggi), yaitu: perkumpulan pedagang kaki lima yang berada pada jalan Bukit Tinggi. Adapun jumlah pedagang pada perkumpulan ini mencapai 70 pedagang.

Perkumpulan pedagang kaki lima dari jumlah anggota di atas mencapai 200 pedagang kaki lima lebih sedikit dari jumlah keseluruhan pedagang yang beraktivitas di Pasar Bambu Kuning Trade Center. Hal ini karena terdapat beberapa pedagang kaki lima yang tidak ikut bergabung dalam perkumpulan tersebut.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> *Ibid,*



## B. Data Responden Pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 28-30 juli 2019 pada pukul 10.00-15.30 WIB.

Responden sampel pada penelitian ini adalah pedagang yang terkena dampak dari adanya perpindahan Pasar Smep yang ditampung di sekitaran area pasar bambu kuning trade center Bandar Lampung. Pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yaitu pengambilan sample yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sample.<sup>112</sup> Dan menggunakan *Sampling Insidental* yakni teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan.<sup>113</sup> Berikut ini adalah nama-nama pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung yang terkena dampak perpindahan Pasar Smep

Tabel 4.2  
Data responden

Nama	Kepemilikan usaha	Jumlah Modal Awal (Rp)	Jumlah Pendapatan Perbulan (Rp)
Fadli	Pribadi	100.000.000	3 – 4.000.000 jt
Rosi Octavia	Pribadi	60.000.000	2.500.000
Novrizal	Pribadi	60.000.000	2.500.000
Amril	Pribadi	300.000.000	6 – 9.000.000 jt
Lestari Indah Astuti	Pribadi	50.000.000	Tidak menentu

---

<sup>112</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, h. 125

<sup>113</sup> *Ibid.*

Aris	Pribadi	50.000.000	15.000.000
Yarni	Pribadi	50.000.000	10.000.000
Afriansyah	Pribadi	15.000.000	1.500.000
Evi	Pribadi	30.000.000	3.000.000
Syahrudin	Pribadi	80.000.000	1 – 2.500.000
Kurniawan	Pribadi	100.000.000	15.000.000
Nina Chintia	Pribadi	50.000.000	4.000.000
Katika Sari	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Yeni Rosmita	Pribadi	500.000.000	12.000.000
St Zufri Murad	Pribadi	50.000.000	10.000.000
Rini Fiska Gusti	Pribadi	20.000.000	3.000.000
Masrizal	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Efa Susanti	Pribadi	25.000.000	2 – 3.000.000
Bela Desi Amelia	Pribadi	100.000.000	5 – 6.000.000
Ibu Ani	Pribadi	75 – 100.000.000	3 – 4.000.000
Zahroni	Pribadi	30.000.000	2 – 3.000.000
Irmayanti	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Chintia Octari	Pribadi	120.000.000	5.000.000
Kustanto	Pribadi	120.000.000	2 – 3.000.000
Rosmawati	Pribadi	120.000.000	5 – 8.000.000
Rahmat Saleh	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Siti Aisyah	Pribadi	150.000.000	10.000.000
Salma	Pribadi	100.000.000	3.000.000
Zulkifli	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Dahlan	Pribadi	60.000.000	5.000.000
Afrizal	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000
Ansori	Pribadi	60.000.000	3 - 4.000.000

Jumairi	Pribadi	50.000.000	3 – 4.000.000
Adi Hidayat	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Afrizon	Pribadi	100.000.000	3 – 4.000.000
Khoirul Anwar	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Arif Rahman	Pribadi	80.000.000	3 – 4.000.000
Umar	Pribadi	150.000.000	8.000.000
Aisyah	Pribadi	150.000.000	10.000.000
Tantowi	Pribadi	100.000.000	2 – 3.000.000
M.Rizki	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Laila	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Yunus	Pribadi	100.000.000	5.000.000
Hamzah	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Imam Krisno	Pribadi	150.000.000	5.000.000
Julian Ardi	Pribadi	120.000.000	3 – 4.000.000
Mualim Haq	Pribadi	50.000.000	3 – 4.000.000
Dendi Kosoara	Pribadi	80.000.000	5.000.000
Syarfizal	Pribadi	50.000.000	2.000.000
Muhammad Yogi	Pribadi	20.000.000	2 – 3.000.000
Ani Marwiyah	Pribadi	50.000.000	4 – 5.000.000
Rahmat Hidayat	Pribadi	30.000.000	3 – 5.000.000
Harto	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
An Hadi Dzikrullah	Pribadi	12.000.000	2 – 3.000.000
Suroso	Pribadi	40.000.000	2 – 3.000.000
Yenisa	Pribadi	50.000.000	2 – 3.000.000
Sutris	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
Triana	Pribadi	100.000.000	8.000.000
Muasiroh	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000

lis Susilawati	Pribadi	100.000.000	15.000.000
Syaifuddin	Pribadi	15.000.000	2 – 3.000.000
Hidayatullah	Pribadi	60.000.000	2 – 3.000.000
Syarifudin	Pribadi	150.000.000	15.000.000
Hasan Ali	Pribadi	50.000.000	2 – 3.000.000
Riftalia Anggraini	Pribadi	100.000.000	4 – 5.000.000
Fatmawati	Pribadi	80.000.000	5.000.000
Haliana	Pribadi	50.000.000	5.000.000
Marzuki Ali	Pribadi	100.000.000	5 – 7.000.000
Erwansyah	Pribadi	10.000.000	2 – 3.000.000
Agus Kurniawan	Pribadi	12.000.000	2 – 3.000.000
Rosita Dewi	Pribadi	50.000.000	5 – 6.000.000
M.Niko	Pribadi	15.000.000	2 – 3.000.000
Marji	Pribadi	150.000.000	3 – 4.000.000
Endang Sulastri	Pribadi	10.000.000	3.000.000
Ahmad Syafei	Pribadi	80.000.000	2 – 4.000.000
Sutrisno	Pribadi	100.000.000	10.000.000
Rudi Johansyah	Pribadi	20.000.000	2 – 3.000.000

Data ini diambil dari pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

### C. Hasil Penelitian

Pada pembahasan berikut dijelaskan deskripsi data yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Responden dalam penelitian ini berjumlah 77 pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

## 1. Karakteristik Responden

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin. Adapun besarnya persentase antara responden laki-laki dan perempuan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	%
Laki-laki	47	61.03
Perempuan	30	38,96
Jumlah	77	100

Sumber: Data Primer (2019)

Berdasarkan tabel di atas, hasil identifikasi keadaan umum menurut jenis kelamin menunjukkan 47 responden (%) adalah Laki-laki, sedangkan 30 responden (%) adalah Perempuan. Sebagai responden dalam penelitian ini kesimpulannya mayoritas yang menjadi responden yaitu Laki-laki.

### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Bagian ini menyajikan informasi mengenai data keadaan umum responden berdasarkan lama usaha. Adapun besarnya persentase berdasarkan lama usaha disajikan dalam bentuk di bawah ini:

Tabel 4.4  
Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi (orang)	%
<10 tahun	-	
>10 tahun	77	100
Jumlah	77	100

Sumber: Data Primer (2019)

Berdasarkan tabel diatas, hasil identifikasi lama usaha dari sebanyak 77 responden (%) sampel pada penelitian ini mayoritas dari keseluruhan sampel mereka berdagang atau memulai usahanya sudah lebih dari 10 tahun.

## 2. Analisis Statistik

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan realibilitas alat ukur. Uji coba ini dilakukan kepada para responden pedagang pasar. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu kuesioner melakukan fungsi ukurnya. Pada penelitian ini, pengukuran validitas dilakukan menggunakan analisis faktor dengan bantuan program SPSS 19. Jumlah sampel yang digunakan untuk uji validitas adalah 77 orang.

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Sig.	Keputusan
Harga	X1.1	0,2242	0,639	0,000	Valid
	X1.2	0,2242	0,502	0,000	Valid



	X1.3	0,2242	0,371	0,001	Valid
	X1.4	0,2242	0,372	0,001	Valid
	X1.5	0,2242	0,420	0,000	Valid
	X1.6	0,2242	0,443	0,000	Valid
<b>Modal</b>	X2.1	0,2242	0,381	0,001	Valid
	X2.2	0,2242	0,566	0,000	Valid
	X2.3	0,2242	0,644	0,000	Valid
	X2.4	0,2242	0,744	0,000	Valid
<b>Pendapatan</b>	Y1	0,2242	0,504	0,000	Valid
	Y2	0,2242	0,377	0,003	Valid
	Y3	0,2242	0,404	0,000	Valid
	Y4	0,2242	0,582	0,000	Valid
	Y5	0,2242	0,634	0,000	Valid
	Y6	0,2242	0,566	0,000	Valid

Tabel 4.4 memperlihatkan seluruh item pertanyaan memiliki nilai R Hitung lebih besar dari pada R tabel. Sehingga setiap variabel pada uji validitas dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan bersamaan dengan pengujian kevalidan untuk mengetahui daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden adalah reliabel atau tidak. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 19.0 dengan jumlah sample untuk uji realibilitas sebanyak 77 orang responden. Menurut Imam Al-Ghazali alat ukur dapat dikatakan reliable jika

nilai reliabilitas  $>0,600$  dimana  $0,600$  adalah standarisasi nilai realibilitas. Berdasarkan nilai alpha cronbach sebagai berikut :

Tabel 4.6  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keputusan
Harga Barang	0,751	Reliabel
Modal	0,665	Reliabel
Pendapatan	0,714	Reliabel

Tabel diatas memperlihatkan nilai *Alpha Cronbach* pada variable harga barang sebesar  $0,751$  dan nilai *Alpha Cronbach* pada variable Modal sebesar  $0,665$  dan pada nilai *Alpha Cronbach* pada Variabel Pendapatan Pedagang sebesar  $0,714$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item setiap variable dikatakan Reliabel karna lebih besar dari pada nilai standarisasi nilai Reliabel sebesar  $0,600$ .

c. Kuesioner Statistik

Tabel 4.7  
Hasil Jawaban Kuesioner

No.	STS	Hasil	TS	Hasil	N	Hasil	S	Hasil	SS	hasil
1	1	1.30%	0	0.00%	10	12.99%	51	66.23%	15	19.48%
2	3	3.90%	2	2.60%	51	66.23%	20	25.97%	1	1.30%
3	0	0.00%	1	1.30%	49	63.64%	25	32.47%	2	2.60%
4	0	0.00%	1	1.30%	1	1.30%	52	67.53%	23	29.87%
5	0	0.00%	0	0.00%	5	6.49%	45	58.44%	27	35.06%
6	1	1.30%	0	0.00%	4	5.19%	59	76.62%	13	16.88%
7	0	0.00%	1	1.30%	13	16.88%	44	57.14%	19	24.68%

8	3	3.90%	4	5.19%	13	16.88%	40	51.95%	7	9.09%
9	13	16.88%	47	61.04%	6	7.79%	11	14.29%	0	0.00%
10	10	12.99%	41	53.25%	20	25.97%	6	7.79%	0	0.00%
11	1	1.30%	4	5.19%	7	9.09%	29	37.66%	36	46.75%
12	2	2.60%	3	3.90%	9	11.69%	31	40.26%	32	41.56%
13	2	2.60%	1	1.30%	3	3.90%	45	58.44%	26	33.77%
14	8	10.39%	54	70.13%	9	11.69%	4	5.19%	2	2.60%
15	9	11.69%	36	46.75%	25	32.47%	6	7.79%	1	1.30%
16	6	7.79%	34	44.16%	30	38.96%	6	7.79%	1	1.30%

Hasil pengujian jawaban kuesioner yang telah dilakukan oleh penelitian menunjukkan bahwa pernyataan tertinggi yaitu dengan skors 5 “sangat setuju” sedangkan jawaban terendah dengan skors 1 “yaitu tidak setuju”. Kemudian para sampel tidak menjawab pernyataan dengan skors 0.

#### **D. Analisis Data**

##### **1. Regersi Linear Berganda**

Dengan regresi berganda dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara harga barang dan modal terhadap pendapatan pedagang. Regresi berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.159	3.943		2.576	.012
	X1	.116	.166	.072	.699	.487
	X2	.589	.128	.474	4.598	.000

Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah. 2019

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda berguna untuk meramalkan pengaruh dua variable predictor atau lebih terhadap satu variable kriterium atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan satu variable kriterium atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua variable bebas (X) atau lebih dengan sebuah variable terikat (Y). analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga barang dan modal terhadap pendapatan pedagang. Formulasi persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 10.159 + 0.116X_1 + 0.589X_2 + e$$

Dimana:

Y = Pendapatan Pedagang

$X_1$  = Variable Harga Barang

$X_2$  = Variabel Modal

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. konstanta sebesar menyatakan bahwa jika variable independen nilainya 0, maka keputusan factor yang jenis usaha adalah sebesar 10.159.
- b. koefisien regresi  $X_1$  (harga barang) sebesar 0.116 artinya jika harga barang mengalami kenaikan sebesar 1 (satuan) maka pendapatan pedagang (Y) akan meningkat sebesar 1.116. koefisien bernilai positif antara pinjaman modal dengan pendapatan pedagang menyatakan bahwa variable pinjaman modal mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang, maka semakin tinggi harga barang maka akan tinggi pula pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *uji*

*Kolmogrov-Smirnov*. Dimana data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal, jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\leq 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		77
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	20.2467532
	Std. Deviation	1.36814967
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.870
Asymp. Sig. (2-tailed)		.435

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Data dinyatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05. Berdasarkan uji normalitas hasil menunjukkan bahwa nilai Sig. memperoleh nilai sebesar 0,435 yang berarti lebih besar dari pada 0,05. Atau  $0,435 > 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk melihat terdapat gangguan atau tidak terhadap data di mana multikolineritas terjadi apabila ada kolerasi antar variabel indeviden. Dengan demikian uji ini dilakukan agar data yang ada harus terbebas dari gangguan multikolineritas. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dengan ketentuan harus berada dibawah 10, hal ini dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Multikolineritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.159	3.943		2.576	.012		
X1	.116	.166	.072	.699	.487	.961	1.040
X2	.589	.128	.474	4.598	.000	.961	1.040

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan uji multikolineritas diatas dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas antara masing-masing variabel independen dalam model regresi yaitu dengan melihat VIF. Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa nilai VIF adalah  $1,040 < 10$  sedangkan nilai



tolerance memperoleh nilai sebesar  $0,961 > 0,1$ . Sehingga dapat disimpulkan data terbebas dari gangguan multikolinieritas.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (T)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen (Harga Barang dan Modal) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Pendapatan Pedagang). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan dan t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_0$  dengan hipotesis “tidak ada Pengaruh Harga Barang terhadap Pendapatan Pedagang” ditolak dan  $H_a$  dengan hipotesis “ada Pengaruh harga Barang terhadap Pendapatan Pedagang” diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Adapun dugaan sementara yang diajukan peneliti adalah:

H1: Ada Pengaruh Harga Barang terhadap Pendapatan Pedagang.

H2: Ada Pengaruh Modal terhadap Pendapatan Pedagang.

H3: Ada Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan pedagang.

Tabel 4.11  
Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.159	3.943		2.576	.012		
X1	.116	.166	.072	.699	.487	.961	1.040
X2	.589	.128	.474	4.598	.000	.961	1.040

a. Dependent Variable: Y

Hasil berpengaruh signifikan apabila nilai  $\text{Sig} < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t$  tabel Hasil menunjukkan variabel X1 memperoleh nilai  $0,487 > 0,05$  dan  $t$  hitung  $0,699 < 1,665$  (df 74 lihat pada lampiran) yang berarti variabel harga tidak berpengaruh signifikan.

Sedangkan variabel X2 memperoleh nilai  $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $4,598 > 1,665$  yang berarti variabel modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang.

#### b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Untuk melakukan uji F, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut. Apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka  $H_1$  dan  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.259	2	71.130	11.907	.000 <sup>a</sup>
	Residual	442.052	74	5.974		
	Total	584.312	76			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dikatakan berpengaruh apabila hasil uji F memperoleh nilai  $\text{Sig} < 0,05$  dan nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{table}}$ .

Hasil menunjukkan bahwa nilai Sig. memperoleh nilai  $0,000 < 0,05$  dan  $f_{\text{hitung}} 11,907 > 2,73$  (nilai  $f_{\text{tabel}}$  df 74 lihat pada lampiran) dengan demikian uji F untuk variabel harga dan modal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.

### c. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependent. Dalam penelitian ini dapat terlihat pada table dibawah ini berikut ini:

Tabel 4.13  
Hasil Uji Koefiesiensi Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.493 <sup>a</sup>	.243	.223	2.444	1.889

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Model regresi yang baik adalah yang tidak adanya masalah autokorelasi. Dikatakan tidak terjadi masalah autokorelasi jika nilai DW berada diantara nilai DU dan 4-DU.

Hasil memnunjukkan nilai DW sebesar 1.889 sedangkan nilai DU 1,6835. Maka dengan demikian nilai DW terletak diantara nilai DU dan 4-DU.  $DU (1,6835) < DW (1,889) < 4-DU (2,3165)$

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang

Hasil berpengaruh signifikan apabila nilai  $Sig < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t$  tabel Hasil menunjukkan variabel X1 memperoleh nilai  $0,487 > 0,05$  dan  $t \text{ hitung } 0,699 < 1,665$  (df 74 lihat pada lampiran) yang berarti variabel harga tidak berpengaruh signifikan. Jadi dapat disimpulkan variable Harga Barang secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Dilihat dari T hitung untuk Variabel Harga barang secara parsial berpengaruh signifikan dapat disimpulkan bahwa variable X1 (Harga Barang) memiliki kontribusi terhadap Y (Pendapatan Pedagang). Nilai t positif menunjukkan bahwa

variable X1 tidak mempunyai hubungan yang searah dengan Y (Pendapatan Pedagang).

Hal ini menunjukkan ketidak sesuaian dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Harga Barang tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Secara teoritis harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biasa saja.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya, (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, Bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (*Price, Product, Place, dan promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*Income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (Produk), *Place* (Tempat atau saluran), dan *Promotion* (Promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.

Menurut perspektif ekonomi Islam harga barang yang ditawarkan dalam pedagang tentunya didasarkan atas suka sama suka yakni penjual barang ikhlas menjualkan barang dagangannya dan pembeli ikhlas membayar dengan harga yang sudah disepakati sesuai akad yang mereka lakukan dan dijelaskan dalam Q.S.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa [4]:29).*

**Tafsir ayat:** Allah melarang hamba yang beriman memakan harta diantara mereka dengan cara yang batil, hal ini mencakup memakan harta dengan cara pemaksaan, pencurian, mengambil harta dengan cara perjudian dan pencaharian yang hina, bahkan bisa jadi termasuk juga dalam hal ini adalah memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebih-lebihan, karena hal tersebut adalah termasuk kebatilan dan bukan dari kebenaran. Kemudian setelah Allah SWT mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, Allah SWT membolehkan bagi mereka memakan harta dengan cara perniagaan dan pencaharian

yang tidak terdapat padanya penghalang-penghalang dan yang mengandung syarat-syarat seperti saling ridha dan sebagainya.

## **2. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Pedagang**

Sedangkan variabel X2 memperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $4,598 > 1,665$  yang berarti variabel modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Jadi dapat dikatakan variable Modal secara parsial memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang, atau berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang dilihat dari nilai T hitung untuk variabel modal secara parsial berpengaruh positif.

Sesuai dalam jurnal Endang Purwanti modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukur finansial atas usaha yang digalakkan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

Sadono Sukirno mengatakan bahwa modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli



aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepiawaian seseorang dalam menjalankan suatu usaha.

Dalam perspektif ekonomi islam modal dijelaskan pada firman Allah dalam (Q.S. Al-Hasyr ayat 7):

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ  
مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا  
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya: “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya”. (Q.S. Al-Hasyr [59]: 7).

**Tafsir ayat:** apa yang Allah SWT berikan kepada Rasulnya sebagai *fa'I* dari harta para penghuni negeri yang musrik tanpa mengerahkan kuda dan unta, maka ia adalah milik Allah dan Rasulnya. Ia di distribusikan untuk kemaslahatan umum kaum muslimin, untuk para kerabat Rasulullah SAW, yaitu Bani Hasyim dan Bani Al-Muthalib, juga untuk anak yatim, yaitu anak-anak miskin yang ditinggal wafat bapak-bapak mereka saat belum baligh, juga orang-orang miskin, yaitu orang-orang yang membutuhkan dan tidak memiliki apa yang mencukupi dan memenuhi kebutuhan mereka.

### 3. Pengaruh Harga Barang dan Modal terhadap Pendapatan pedagang

Dikatakan berpengaruh apabila hasil uji F memperoleh nilai  $\text{Sig} < 0,05$  dan nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Hasil menunjukkan bahwa nilai  $\text{Sig.}$  memperoleh nilai  $0,000 < 0,05$  dan  $f_{\text{hitung}} 11,907 > 2,73$  (nilai  $f_{\text{tabel}}$  df 74 lihat pada lampiran) dengan demikian uji F untuk variabel harga dan modal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan. Dari data diatas bahwa dapat dilihat variable harga barang dan modal berpengaruh simultan terhadap pendapatan pedagang yang ada pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi hanya sebesar 1,889. Maka dari itu harga barang (X1) dan modal (X2) terhadap pendapatan pedagang (Y).

Dalam perekonomian Islam tentunya kita diajarkan agar berniaga dengan jujur dengan tidak adanya unsur gharar yaitu ketidak jelasan wujud barang dan menjual barang dengan atas dasar suka sama suka yakni adanya kerelaan seorang konsumen membeli barang yang ditawarkan penjual terhadap konsumen.

## BAB V

### KESIMPULAN

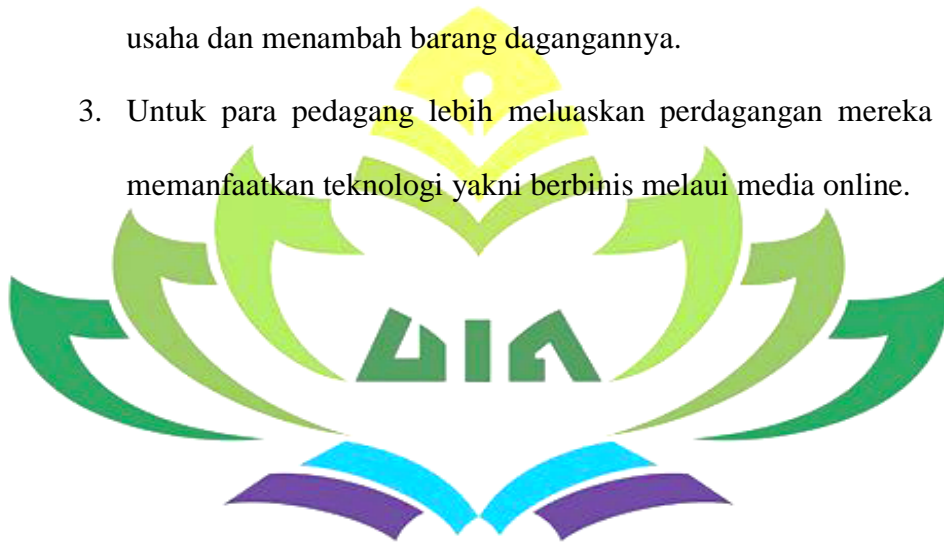
#### A. Kesimpulan

Analisis yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga Barang Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis bahwa dapat dilihat dari T hitung variabel Harga barang (X1) berpengaruh tidak signifikan, harga barang tidak memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. oleh karena itu harga barang kenapa harga barang berpengaruh tidak berpengaruh terhadap pendapatan, karena tidak semua konsumen membeli suatu barang berdasarkan harga. Harga murah belum tentu konsumen tertarik, karena setiap konsumen memiliki daya tarik yang berbeda-beda, baik dari segi kualitas barang, merek barang.
2. Dari hasil analisis bahwa dari nilai T hitung bahwa variable (X2) yakni Modal berpengaruh signifikan yakni memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang.
3. Pengaruh harga barang dan modal secara simultan terhadap pendapatan pedagang. dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variable harga barang dan modal berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya pedagang harus menerapkan sistem promosi harga, tidak hanya dalam waktu-waktu tertentu saja.
2. Sebainya pedagang menambahkan modal sedikit demi sedikit dalam setiap keuntungan atau pendapatan perbulannya untuk memajukan usaha dan menambah barang dagangannya.
3. Untuk para pedagang lebih meluaskan perdagangan mereka dengan memanfaatkan teknologi yakni berbinis melaui media online.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya : PT Bina Ilmu, 1997)
- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, edisi Ketiga*,( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pt. Dana Bhakti Wakaf, 1995)
- An-Nabbani, Taqyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, ( Surabaya: Raisalah Gusti, 1996)
- Boediono , *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Alfabeta, 2005)
- Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART), 2005.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).
- Dr. Husaini Usman, M.Pd dan Purnomo Setiady Akbar, M.Pd, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.
- Dr. hikmat Basyir, dkk, *At-tafsir al-Muyassar*. (Jakarta: Darul Haq. 2016). h.772.
- Dr. Kasmir, SE., M.M. *Kewirausahaan Edisi Revisi*.( Jakarta : Rajawali Pers, 2017)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ( Yogyakarta: Andi Offset, 1997)
- Husein Ayahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*,( Jakarta: Gema Insani, 2008)
- Iskandar Putong, *Pengantar Ilmu Mikro & Makro*, ( Jakarta: Ghaila Indonesia, 2000)
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Ke Empat, (Bandung: Bumi Aksara, 2011)
- Jusi suit dkk, *Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan*, (Bandung: IPB Press, 2012)
- Kamsir, *Kewirausahaan*, Edisi Revisi Cet 8, ( Jakarta: Rajawali Pers , 2013)
- Marius Anggipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, ( Jakarta: PT Raja Grafindi, 2002)
- Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).

- Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, 2018
- Mulyadi, *Sistem Akuntansi, Edisi Ke-3, Cetakan Ke-5*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010)
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2017)
- PEi, *Ekonomi Islam*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta Ed.1-5(jakarta:Rajawali Pers,2013)
- Peter Salim dan Yeni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press 1999)
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta : Erlangga, 2009)
- Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*(Jakarta : PT Indeks, 2007)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*,( Jakarta: Erlangga, 1992)
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Pengantar, Edisi Keempat*, ( Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2010)
- Prathama Rahardja, Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008).
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Racmat Syafee'i, *Fiqh Muamalah*,( Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001).
- Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*,edisi ke-1, ( Bandung: Raja Roda karya, 2008).
- Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*, E.d.1 (Jakarta: Granit 2004),
- Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (jakarta : Kencana, 2006).
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi Ed.1. Cet. 13*,(Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002).

Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006).

Seomarro S.R, *Revisi akuntansi suatu pengantar buku 2 edisi 5*, (jakarta : Penerbit Salemba empat, 2005).

Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2012).

Soemarro Sr, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Lima Revisi* (Jakarta: Salemba Empat, 2005).

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002).

Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011).

Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, ( Bandung: Pustaka Setia, 2013).

Susiadi AS, *Metodologi Penelitian* (Bandar Lampung: Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Lampung, 2014).

Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, *Tafsir Al-quran* (Jakarta : Darul Haq, 2016).

Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Ed.1), Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Bisnis Islam*,(Jakarta: Gema Insani, 1999).

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Ed. 1). Yogyakarta: Graha Ilmu 2013.

## **B. JURNAL**

Ayu Nyoman Paramita dan I Gede Sujana Budhiasa, *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol.3, No.5 mei 2014, Universitas Udayana.

Budi Wahyono, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Bantul Kabupaten Bantul”, *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017.



- Budi Wahyono, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Vol.6 No.4 Thn.2017*, Universitas Yogyakarta.
- Budi Wahyono, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*, Universitas Negeri Yogyakarta, *Skripsi*, 2017.
- Deasa Nurrahasan Albana, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Malioboro Pasca Revitalisasi Parkir*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Skripsi*, 2017.
- Dita Amanah, “ Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan”, *Jurnal Keuangan Bisnis*, Vol, 2 No.1, Maret 2010.
- Endang Purwanti, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga, *Among Makarti*, Vol.5 No.9, Juli 2012
- Gestry Romaito Butarbutar, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi, *JurnalJOM Fekon*, Vol.4 No.1 Februari thn.2017 Universitas Riau Pekanbaru.
- Hendra Irawan, “Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kreneng Kota Denpasar”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol.6*. No. 10. Oktober 2017. Universitas Udayana Bali.
- I Ketut Patra & Agus Salim, “ Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 01 No.02, Juli 2014
- Ida Ayu Dwi Mithaswari, I Wayan Wenagama,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Dipasar Seni Guwang”, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 7 , No 2, Februari 2018.
- Ikhwani Ratna Dan Hidayati Nasrah, “ Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau”, *Jurnal Vol.Xiv* No.2 Desember Th.2015 Universitas Islam Negri Suska Riau.
- Ikhwani Ratna dan Hidayati Nasrah, “Pengaruh Tingkat DanTingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau”, *jurnal Vol. XIV* No. 2 Desember Th.2015. Universitas Islam Negri Suska Riau.

- Jeiske Salaa, “ Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Tarohan Kec. Beo, Kab. Kepulauan Talaud”. *Jurnal Holistik Tahun Viii No. 15/ Januari- Juni 2015*
- arof Alfentino Lamia, “Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Nelayan Kecamatan Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan”, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, h.1748-1759.
- Khasan Setiaji, Ana Listia Fatuniah. *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Paska Relokasi* : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, 6(1)2018,1-14ISSN2302-2663(online). Universitas Negeri Semarang.
- Lies Indrianti, Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil, *Jurnal STIE Semarang*, Vol.5, No.1, Februari 2013.
- Lumingkewas, Valen Abraham, “ Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada Pt. Bank Sulut”, *Jurnal Emba Vol. I No. 3*, Juni 2013.
- Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. Iv No. 7:9.
- Nur Ika Mauliyah, “Strategi Penentuan Harga Jual Sayuran Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Fenomenologi Pedagang Sayur di Bilitar” *Jurnal Vol. III No. 1*. Februari 2012.
- Nur Isni Atun, Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan, Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol. 5, No.4, Thn. 2016
- Nurfandi Gonibala, Vecky .A.J. Masinambow, Mauna Th. B. Maramis, “ Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu”, *Jurnal Vol 19. No. 01. Th 2019*. Universitas Samratulangi Manado.
- Rendy Gulla dkk, “Analisis Harga Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn”, *Jurnal EMBA vol 3 No. 1 Th 2015*, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Retno Wisti Gupito, Irham, Lestari Rahayu Waluyati,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Tani Sorgum Di Kabupaten Gunung Kidul”, *Jurnal Argo Ekonomi Vol. 24 No 1*. Juni 2014
- Rosetyadi Artistyan Firdausa, *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*, Universitas Diponogoro Semarang, th.2012.

Sugeng Haryono, “ Peran Aktif Wanita Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Miskin”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 2, Desember 2008

Toti Indrawati, “Analisis Perilaku pedagang Dalam Pembentukan Harga Barang Kebutuhan Pokok Di Kota Pekanbaru”, *Jurnal Ekonomi* Vol.21, No. 1.Maret 2013. Universitas Riau





Lampiran 1.1

Tabel r untuk df = 51 - 100					
Df = (N-2)	Tingkat signifikan untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikan untuk dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724

74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 1.2 Titik Persentase Distribusi t (df = 49 – 100)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374



Lampiran 1.3 Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilita = 0,05

Df untuk penye- but (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Lampiran 1.4 Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

n	K=1		K=2		K=3		K=4		K=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704

78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804

## Lampiran 1.5



